



# **PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT MASYARAKAT MEMBAYAR ZAKAT MELALUI BAZNAS KABUPATEN INDRAGIRI HILIR**

## **TESIS**

Diajukan untuk melengkapi salah satu syarat guna memperoleh  
Gelar Magister Ekonomi Syariah (ME) pada Program  
Studi Ekonomi Syariah



**OLEH :**

**ERDANI MURDANI NUR**  
**NIM : 21693104872**

**PROGRAM PASCASARJANA (PPs)  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
1440 H / 2019 M**

## PENGESAHAN PEMBIMBING

Kami yang bertanda tangan dibawah ini selaku Tim Pembimbing Tesis mengesahkan dan menyetujui bahwa Tesis yang berjudul: **"Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat Melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir"**, yang ditulis oleh sdr :

Nama : Erdani Murdani Nur  
NIM : 21693104872  
Program Studi : Ekonomi Syari'ah

Telah diperbaiki sesuai dengan saran Tim Pembimbing Tesis Program Pascasarjana UIN Sultan Syarif Kasim Riau, pada tanggal 25 Januari 2019.


Pembimbing I,

**Dr. Heri Sunandar, MCL**  
NIP. 19660803 199303 1 004

  
.....  
Tgl: 25 Januari 2019

Pembimbing II,

**Dr. Mahyarni, SE, MM**  
NIP. 19700826 199903 2 001

  
.....  
Tgl: 25 Januari 2019

Mengetahui :  
Ketua Program Studi Ekonomi Syari'ah

  
**Dr. Sitti Rahmah, M. Si**  
NIP. 19640508 199303 2 002

## PENGESAHAN PENGUJI

Kami yang bertanda tangan dibawah ini selaku Tim Penguji Tesis mengesahkan dan menyetujui bahwa Tesis yang berjudul: **"Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat Melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir"**, yang ditulis oleh sdr :

Nama : Erdani Murdani Nur  
NIM : 21693104872  
Program Studi : Ekonomi Syari'ah

Telah diujikan dan diperbaiki sesuai dengan saran Tim Penguji Tesis Program Pascasarjana UIN Sultan Syarif Kasim Riau, pada tanggal 25 Januari 2019.

Penguji I,

**Dr. Heri Sunandar, MCL**  
NIP. 19660803 199303 1 004



.....  
Tgl: 25 Januari 2019

Penguji II,

**Dr. Leny Nofianti, MS, SE., M.Si., Ak. CA**  
NIP. 19751112 199903 2 001



.....  
Tgl: 25 Januari 2019

Mengetahui :  
Ketua Program Studi Ekonomi Syari'ah



**Dr. Sitti Rahmah, M. Si**  
NIP. 19640508 199303 2 002



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA RI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
**PROGRAM PASCASARJANA**  
**كلية الدراسات العليا**  
**THE GRADUATE PROGRAMME**

Alamat : Jl. K.H. Ahmad Dahlan No. 94 Pekanbaru 28129 PO.BOX.1004  
Phone & Facs, (0761) 858832, Site : <http://uin-suska.ac.id> E-mail : [pps\\_uinsuskariau@gmail.com](mailto:pps_uinsuskariau@gmail.com)

**PENGESAHAN**

Nomor : Un.04/PPs/PP.00.9/272/2019

Tesis berjudul: "Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat Melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir", yang ditulis oleh Sdr/i. Erdani Murdani Nur NIM. 21693104872 telah dimunaqasyahkan pada tanggal 28 Desember 2018 dan telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah dengan Yudisium Amat Baik IPK. 3,60

**TIM MUNAQASYAH**

Ketua

Drs. H. Iskandar Arnel, MA., Ph.D

Sekretaris

Dr. Hj. Sitti Rahmah, M.Si

Penguji I

Dr. Heri Sunandar, M.Ci

Penguji II

Dr. Leny Nofianti, MS, SE., M.Si., Ak.CA

Pekanbaru, 28 Januari 2019

**MENGETAHUI**

Direktur Program Pascasarjana UIN Suska Riau



Prof. Dr. H. Afrizal M, MA  
NIP. 19591015 198903 1 001

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

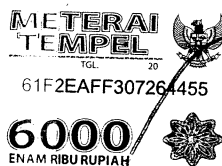
Nama : Erdani Murdani Nur  
NIM : 21693104872  
Tempat/Tanggal Lahir : Pulau Kijang, 27 Maret 1983  
Prgram Studi : Ekonomi Syari'ah  
Konsentrasi : Ekonomi Syari'ah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tesis yang saya susun dengan judul: *"Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat Melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir"*. Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister dari Program Pascasarjana UIN Sultan Syarif Kasim Riau ini seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri maupun bagian-bagian tertentu dalam penulisan tesis yang saya kutip dari karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian Tesis ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sangsi pencabutan Gelar Akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pekanbaru,

2018



**Erdani Murdani Nur**  
NIM. 21693104872

**Dr. Mahyarni, SE, MM**  
DOSEN PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTAN SYARIF KASIM RIAU

**NOTA DINAS**

Perihal : Tesis Saudara  
Erdani Murdani Nur

Kepada Yth:  
**Direktur Program Pascasarjana**  
UIN Sultan Syarif Kasim Riau  
Di –  
Pekanbaru

Assalamu'alaikum wr. wb.

Setelah kami membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan terhadap isi tesis saudara :

Nama	: Erdani Murdani Nur
NIM	: 21693104872
Program Studi	: Ekonomi Syari'ah
Konsentrasi	: Ekonomi Syari'ah
Judul	: Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat Melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir

Maka dengan ini dapat disetujui untuk diuji dan diberikan penilaian, dalam sidang ujian Tesis Program Pascasarjana UIN Suska Riau.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Pekanbaru, 2018  
Pembimbing II,



**Dr. Mahyarni, SE, MM**  
NIP. 19700826 199903 2 001



**Dr. Heri Sunandar, MCL**  
DOSEN PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTAN SYARIF KASIM RIAU

**NOTA DINAS**

Perihal : Tesis Saudara  
Erdani Murdani Nur

Kepada Yth:  
**Direktur Program Pascasarjana**  
UIN Sultan Syarif Kasim Riau  
Di –  
Pekanbaru

Assalamu'alaikum wr. wb.

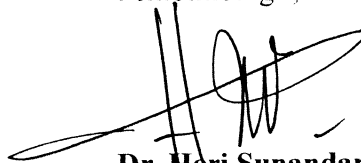
Setelah kami membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan terhadap isi tesis saudara :

Nama	: Erdani Murdani Nur
NIM	: 21693104872
Program Studi	: Ekonomi Syari'ah
Konsentrasi	: Ekonomi Syariah
Judul	: Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat Melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir

Maka dengan ini dapat disetujui untuk diuji dan diberikan penilaian, dalam sidang ujian Tesis Program Pascasarjana UIN Suska Riau.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Pekanbaru, 2018  
Pembimbing I,



**Dr. Heri Sunandar, MCL**  
NIP. 19660803 199303 1 004

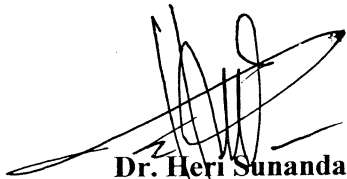
## PERSETUJUAN

Kami yang bertanda tangan di bawah ini selaku pembimbing Tesis, dengan ini menyetujui bahwa Tesis yang berjudul **“Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat Melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir”** yang ditulis oleh:

Nama : Erdani Murdani Nur  
NIM : 21693104872  
Prgram Studi : Ekonomi Syari’ah  
Konsentrasi : Ekonomi Syari’ah

Untuk diajukan dalam Sidang Munaqasyah Tesis pada Program Pascasarjana UIN Sulthan Syarif Kasim Riau.

Tanggal: 2018  
Pembimbing I,



**Dr. Heri Sunandar, MCL**  
NIP. 19660803 199303 1 004

Tanggal: 2018  
Pembimbing II,



**Dr. Mahyarni, SE, MM**  
NIP. 19700826 199903 2 001

Mengetahui :  
Ketua Program Studi Ekonomi Syari’ah



**Dr. Sitti Rahmah, M. Si**  
NIP. 19640508 199303 2 002



## PENGESAHAN PEMBIMBING


Kami yang bertanda tangan dibawah ini selaku Tim Pembimbing Tesis mengesahkan dan menyetujui bahwa Tesis yang berjudul: **“Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat Melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir”**, yang ditulis oleh sdr :

Nama : Erdani Murdani Nur  
NIM : 21693104872  
Program Studi : Ekonomi Syari'ah

Telah diperbaiki sesuai dengan saran Tim Pembimbing Tesis Program Pascasarjana UIN Sultan Syarif Kasim Riau, pada tanggal 25 Januari 2019.


Pembimbing I,

**Dr. Heri Sunandar, MCL**  
NIP. 19660803 199303 1 004


  
.....  
Tgl: 25 Januari 2019

Pembimbing II,

**Dr. Mahyarni, SE, MM**  
NIP. 19700826 199903 2 001

  
.....  
Tgl: 25 Januari 2019

Mengetahui :  
Ketua Program Studi Ekonomi Syari'ah

  
**Dr. Sitti Rahmah, M. Si**  
NIP. 19640508 199303 2 002

## PENGESAHAN PENGUJI

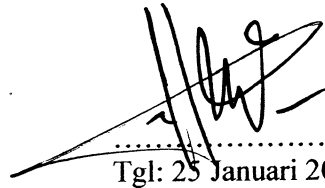
Kami yang bertanda tangan dibawah ini selaku Tim Penguji Tesis mengesahkan dan menyetujui bahwa Tesis yang berjudul: **“Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat Melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir”**, yang ditulis oleh sdr :

Nama : Erdani Murdani Nur  
NIM : 21693104872  
Program Studi : Ekonomi Syari’ah

Telah diujikan dan diperbaiki sesuai dengan saran Tim Penguji Tesis Program Pascasarjana UIN Sultan Syarif Kasim Riau, pada tanggal 25 Januari 2019.

Penguji I,


**Dr. Heri Sunandar, MCL**  
NIP. 19660803 199303 1 004



.....  
Tgl: 25 Januari 2019

Penguji II,

**Dr. Leny Nofianti, MS, SE., M.Si., Ak. CA**  
NIP. 19751112 199903 2 001



.....  
Tgl: 25 Januari 2019

Mengetahui :  
Ketua Program Studi Ekonomi Syari’ah



**Dr. Sitti Rahmah, M. Si**  
NIP. 19640508 199303 2 002



## DAFTAR ISI

Halaman

Halaman Judul	
Nota Dinas	
Persetujuan Pembimbing & Ketua Prodi	
Surat Pernyataan	
Kata Pengantar .....	i
Daftar Isi.....	iii
Daftar Tabel .....	vi
Daftar Gambar.....	vii
Pedoman Transliterasi .....	viii
Abstrak .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Definisi Istilah .....	12
C. Permasalahan	
1. Identifikasi Masalah .....	14
2. Pembatasan Masalah .....	15
3. Rumusan Masalah .....	15
D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	
1. Tujuan Penelitian .....	16
2. Manfaat Penelitian .....	16
<b>BAB II LANDASAN TEORITIS</b>	
A. Kerangka Teori	
1. Zakat .....	18
2. Promosi .....	41
3. Kualitas Layanan .....	62
4. Minat .....	67

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Tinjauan Penelitian yang Relevan .....	72
C. Konsep Operasional/Kriteria Variabel.....	75

### **BAB IIIMETODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian .....	78
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	78
C. Populasi dan Sampel Penelitian/Informasi Penelitian .....	79
D. Hipotesis Penelitian .....	81
E. Teknik Pengumpulan Data.....	82
F. Teknik Analisis Data .....	83

### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

A. Temuan Umum Penelitian	
1. Sejarah BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir .....	93
2. Dasar Hukum BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir .....	94
3. Visi dan Misi BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir .....	95
4. Struktur Organisasi BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir .....	96
5. Tugas, Fungsi dan Kewajiban BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir .....	97
6. Program Unggulan BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir .....	103
B. Deskripsi Data	
1. Identitas Responden .....	103
2. Rekapitulasi Responden Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir .....	108
C. Hasil Pengujian dan Analisis Data .....	117
D. Hasil Uji Kualitas Data	
1. Uji Validitas .....	118
2. Uji Realibilitas .....	120
E. Uji Asumsi Klasik	
1. Uji Normalitas Data .....	121



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2. Uji Multikolinearitas .....	123
3. Uji Heteroskedastisitas .....	124
F. Uji Hipotesis	
1. Analisis Regresi Liniear Berganda .....	125
2. Uji t .....	128
3. Uji Anova (F) .....	130
4. Uji Koefesien Determinasi ( $R^2$ ) .....	131
G. Pembahasan .....	132
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	138
B. Implikasi .....	138
C. Saran .....	139

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I.1	Jumlah Muzakki di BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir ..... 2
Tabel I.2	Jumlah Penduduk Beragama Islam Se Kabupaten Indragiri Hilir ... 3
Tabel I.3	Data Penerimaan/pengumpulan Dana Zakat ..... 4
Tabel I.4	Data Penyaluran Dana Zakat Berdasarkan Asnaf ..... 5
Tabel II.1	Jenis Barang, Nisab dan Jumlah Zakat ..... 31
Tabel II.2	Promosi BAZNAS Kota Batam .....48
Tabel II.3	Perbandingan Sosialisasi dan Promosi .....56
Tabel II.4	Penelitian Yang Relevan .....72
Tabel II.5	Operasional Variabel .....76
Tabel III.1	Bobot Penilaian Skala Likert .....84
Tabel IV.1	Program-program Unggulan BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir Tahun 2018 .....103
Tabel IV.2	Tingkat Pengembalian Kuesioner .....104
Tabel IV.3	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... 105
Tabel IV.4	Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur .....105
Tabel IV.5	Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan .....106
Tabel IV.6	Klasifikasi Responden Berdasarkan Tahun Membayar Zakat .....106
Tabel IV.7	Klasifikasi Responden Berdasarkan Rutin atau Tidak Rutin dalam Membayar Zakat .....107
Tabel IV.8	Rekapitulasi Responden Terhadap Variabel Promosi .....108
Tabel IV.9	Rekapitulasi Responden Terhadap Variabel Kualitas Layanan .....112
Tabel IV.10	Rekapitulasi Responden Terhadap Variabel Minat .....115
Tabel IV.11	Statistik Deskriptif .....118
Tabel IV.12	Hasil Uji Validitas .....119
Tabel IV.13	Hasil Uji Reliabilitas .....120
Tabel IV.14	Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov .....123
Tabel IV.15	Uji Multikolinearitas .....124
Tabel IV.16	Analisis Regresi Linier Berganda .....126
Tabel IV.17	Analisis Uji t .....128

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel IV.18 Uji Anova (F) .....	130
Tabel IV.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	132

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1 Kerangka Berpikir Teoritis.....	76
Gambar IV.1 Struktur Organisasi Baznas Kabupaten Indragiri Hilir Periode 2017 – 2022 .....	96
Gambar IV.2 Grafik P-P plot Normalitas .....	122
Gambar IV.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	125



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## PEDOMAN TRANSLITERASI<sup>1</sup>

Pengalihan huruf Arab-Indonesia dalam naskah ini didasarkan atas Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, tanggal 22 Januari 1988, No. 158/1987 dan 0543.b/U/1987, sebagaimana yang tertera dalam buku Pedoman Transliterasi Bahasa Arab ( *A Guide to Arabic Trasliteration*), INIS Fellow 1992.

### A. Konsonan

Arab	Latin	Arab	Latin
ا	a	ط	Th
ب	B	ظ	Zh
ت	T	ع	'
ث	Ts	غ	Gh
ج	J	ف	F
ح	H	ق	Q
خ	Kh	ك	K
د	D	ل	L
ذ	Dz	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	ه	H
ش	Sy	ء	'
ص	Sh	ي	Y
ض	DI		

<sup>1</sup> Prof. Dr. Ilyas Husti, MA, *Buku Panduan Penulisan Tesis dan Desertasi*, Program Pasca Sarjana, UIN Suska Riau Tahun 2016/2017



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## B. Vokal, Panjang dan Diftong

Setiap penulisan bahasa Arab dalam bentuk tulisan latin vokal *fathah* ditulis dengan “a”, *Kasrah* dengan “i”, *dlommah* dengan “u” sedangkan bacaan panjang masing-masing ditulis dengan cara berikut:

Vokal (a) Panjang =	A	misalnya	قال	menjadi	qala
Vokal (i) panjang =	I	misalnya	قيل	menjadi	qila
Vokal (u) panjang =	U	misalnya	دون	menjadi	duna

Khusus bacaan ya’ nisbat, maka tidak boleh digantikan dengan “i”, melainkan tetap ditulis dengan “iy” agar dapat menggambarkan ya’ nisbat diakhirnya. Begitu juga untuk suara diftong, wawu dan ya’ setelah *fathah* ditulis dengan “aw” dan “ay” perhatikan contoh berikut :

Diftong (aw) =	و-	misalnya	قول	menjadi	qawlun
Diftong (ay) =	ي-	misalnya	جير	menjadi	khayrun

## C. Ta’ marbuthah (ة)

Ta’ *marbuthah* ditransliterasikan dengan “t” jika tidak berada di tengah kalimat, tetapi apabila Ta’ *marbuthah* tersebut berada di akhir kalimat, maka ditrasliterasikan dengan menggunakan “h” misalnya الرسالة للمدرسة menjadial-*risalat li al-mudarrisah*, atau apabila berada di tengah-tengah kalimat yang terdiri dari susunan *mudlaf* dan *mudlaf ilayh*, maka ditrasliterasikan dengan menggunakan t yang disambungkan dengan kalimat berikutnya, misalnya في رحمة الله menjadi *fi rahmatillah*.

## D. Kata sandang dan Lafdh al- Jalalah

Kata sandang berupa “al” (ال) ditulis dengan huruf kecil, kecuali terletak di awal kalimat, sedangkan “al” dalam lafadh jalalah yang berada di tengah-tengah kalimat yang disandarkan (*idhafah*) maka dihilangkan. Perhatikan contoh-contoh berikut ini :

- a. Al-Imam al-Bukhariy mengatakan ...
- b. Al-Bukhariy dalam muqaddimah kitabnya menjelaskan ...
- c. Masya’ Allah kana wa ma lam yasya’ lam yakun.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRAK

### PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT MASYARAKAT MEMBAYAR ZAKAT MELALUI BAZNAS KABUPATEN INDRAGIRI HILIR

Erdani Murdani Nur

*Zakat merupakan salah satu rukun Islam yang wajib dilakukan setiap muslim yang mampu. Salah satu lembaga yang mengelola dana zakat adalah Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara parsial dan simultan pengaruh promosi dan kualitas layanan terhadap minat masyarakat membayar zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah para muzakki di BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir, sampel yang digunakan berjumlah 87 orang. Teknik sampling yang digunakan adalah simple random sampling. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah angket/kuisisioner, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data secara parsial menggunakan uji t dan secara simultan menggunakan uji Anova. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, baik secara parsial maupun simultan, promosi dan kualitas layanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat membayar zakat di BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir.*

**Kata Kunci:** Minat, Zakat, BAZNAS, Promosi, Kualitas Layanan.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRACT

### THE INFLUENCE OF PROMOTION AND SERVICE QUALITY ON SOCIETY INTEREST IN PAYING ZAKAT THROUGH BAZNAS OF INDRAGIRI HILIR REGENCY

Erdani Murdani Nur

*Zakat is one of Islamic pillars important to be conducted by every capable muslim. One of the institutions which organizes zakat is National Zakat Agency. This research aimed to examine partially and simultaneously the influence of promotion and quality service on society interest in paying zakat through BAZNAS of Indragiri Hilir Regency. The type of this research was field study. The data used in this research was primary and secondary data. The sample of this research was zakat payers in BAZNAS of Indragiri Hilir regency about 87 people. The sampling technique used was simple random sampling. The technique for collecting data was questionnaire, interview, and document. Partially, the technique for analyzing data was t-test and simultaneously by using Anova test. The research finding showed that both partially and simultaneously, promotion and quality service had significant influenc on society interest in paying zakat through BAZNAS of Indragiri Hilir regency.*

**Keywords:** Interest, Zakat, National Zakat Agency, Promotion, Quality Service.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ملخص

# أثر الترويج و كفاءة الخدمة في رغبة المجتمع في إخراج الزكاة بوسيلة BAZNAS بمديرية إندرغيري هيلير

إردان مردان نور

الزكاة هي إحدى من أركان الإسلام التي وجب على كل المسلمين القادرين قيام بها. إحدى المؤسسات التي تدير مال الزكاة هي *BAZNAS* *Badan Amil Zakat Nasional*. أهداف هذا البحث هي للتحقيق إما جزئياً أو متزامناً عن أثر الترويج و كفاءة الخدمة في رغبة المجتمع في إخراج الزكاة بوسيلة *BAZNAS* بمديرية إندرغيري هيلير. نوع البحث هو البحث الميداني. البيانات المستخدمة هي البيانات الرئيسية و الثانوية. الفرد البحث الذي يأخذ من العينة هو جميع المراكز في *BAZNAS* بمديرية إندرغيري هيلير بعدد 87 نفراً. طريقة أخذ العين هي عينة عشوائية بسيطة. طريقة جمع البيانات هي الاستطلاع والمقابلة والتوسيق. طريقة تحليل البيانات الجزئي هي "اختبارتي" وللبيانات الثانوي هي تحليل الانحدار *Anova*. ومن نتيجة البحث تدلّ على أنّ إما جزئياً أو متزامناً الترويج و كفاءة الخدمة يؤثّران أثر هامّ في إخراج الزكاة بوسيلة *BAZNAS* بمديرية إندرغيري هيلير.

الكلمة الرئيسية: الرغبة، الزكاة، *BAZNAS*، الترويج، كفاءة الخدمة.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Zakat merupakan salah satu rukun Islam yang wajib dilakukan oleh setiap muslim yang mampu, sebagaimana yang diterangkan dalam Al-Qur'an dan hadist. Agar masyarakat muslim mudah dalam membayar zakat dan zakat dapat disalurkan lebih luas ke semua lapisan masyarakat, maka diperlukannya suatu badan pengelola dan penyalur zakat secara profesional dan transparan. Di Provinsi Riau khususnya Kabupaten Indragiri Hilir yang terdiri dari 20 Kecamatan terdapat beberapa badan atau lembaga pengelola zakat di antaranya adalah : Badan Amil Zakat, Infaq, dan Sedekah (BAZNAS), Dompot Dhuafa, Gerai Zakat, Rumah Insan Mulia dan sebagainya. Dari semua lembaga atau pengelola zakat tersebut hanya BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir yang dibentuk oleh pemerintah daerah yang mana BAZNAS ini sebelumnya bernama BAZDA (Badan Amil Zakat Daerah) Kabupaten Indragiri Hilir.

Untuk mengetahui perkembangan dari BAZNAS di Kabupaten Indragiri Hilir, dapat dilihat dari perkembangan jumlah muzakki baik perorangan ataupun badan/lembaga dalam kurun 5 (lima) tahun terakhir, dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Tabel I.1**  
**Jumlah Muzakki di Baznas Kabupaten Indragiri Hilir**

No	Kategori Muzakki	T A H U N				
		2014	2015	2016	2017	Juli 2018
1.	Perorangan	25	27	15	401	125
2.	Badan/Lembaga	108	100	26	63	100
JUMLAH		133	127	41	464	225

Sumber: Baznas Kabupaten Indragiri Hilir

Berdasarkan data tabel di atas dapat kita ketahui bahwa jumlah muzakki pada tahun 2014 berjumlah 133 muzakki, kemudian di tahun 2015 menurun sebanyak 6 muzakki menjadi 127 muzakki, pada tahun 2016 menurun kembali sebanyak 86 muzakki menjadi 41 muzakki, pada tahun 2017 terjadi peningkatan 423 muzakki menjadi 464 muzakki dan pada tahun 2018 sampai bulan juli untuk sementara ini berjumlah 225 muzakki.

Berdasarkan dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa minat masyarakat Kabupaten Indragiri Hilir untuk membayar zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir berpluktuasi setiap tahunnya.

Agar BAZNAS di Kabupaten Indragiri Hilir dapat terus berkembang, maka haruslah mempunyai target konsumen/pelanggan yang akan membayar zakatnya melalui BAZNAS. Target utama dari BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir adalah masyarakat beragama Islam yang ada di Kabupaten Indragiri Hilir, dibawah ini dapat kita lihat perkembangan jumlah penduduk Kabupaten Indragiri Hilir beragama Islam dalam kurun waktu 5 (lima) tahun terakhir yang disandingkan dengan persentasi minat muzakki :



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Tabel I.2**  
**Jumlah Penduduk Beragama Islam**  
**Se Kabupaten Indragiri Hilir**

NO	TAHUN	Jumlah Penduduk Beragama Islam (Per- Orang/Jiwa)	Minat Muzakki (%)
1	2	3	4
1	2014	649.827	0,020
2	2015	720.099	0,018
3	2016	616.757	0,007
4	2017	597.588	0,078
5	2018	604.237	0,037

Sumber : Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil dan KUA Kecamatan se-Kabupaten Indragiri Hilir.

Dapat dilihat pada tabel diatas bahwa persentase perbandingan antara minat muzakki dengan jumlah penduduk di Kabupaten Indragiri Hilir pada tahun 2014 sebesar 0,020 %, tahun 2015 sebesar 0,018 %, tahun 2016 sebesar 0,007 %, tahun 2017 sebesar 0,078 % dan tahun 2018 sebesar 0,037 %.

Dapat disimpulkan bahwa minat muzakki masih rendah untuk menyalurkan zakatnya di BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir jika dibandingkan dengan jumlah penduduk Islam Kabupaten Indragiri Hilir. Padahal dengan adanya Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) di Kabupaten Indragiri Hilir, seharusnya masyarakat Islam dapat memanfaatkannya untuk membayar zakat agar lebih mudah dan menyebar luas penyaluran zakatnya.

Minat masyarakat untuk membayar zakat dapat dilihat juga dari jumlah dana zakat yang diterima oleh BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir, pada tabel



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dibawah ini dapat dilihat jumlah dana yang diterima oleh BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir pada kurun 5 (lima) tahun terkahir :

**Tabel I.3**  
**Data Penerimaan/pengumpulan Dana Zakat**

N O	Jenis Dana	T A H U N				
		2014	2015	2016	2017	Juni 2018
1	2	3	4	5	6	7
1	Zakat Badan/Lembaga	634.875.462	830.769.339	4.629.295.560	3.474.107.824	1.981.323.425
2	Zakat Perorangan	1.513.660.871	3.572.961.986	41.216.868	54.149.254	92.610.000
	<b>JUMLAH</b>	<b>2.148.536.333</b>	<b>4.403.731.325</b>	<b>4.670.512.428</b>	<b>3.528.257.078</b>	<b>2.073.933.425</b>

Sumber : BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir

Berdasarkan data tabel di atas dapat kita ketahui bahwa penerimaan zakat pada tahun 2014 sebesar Rp 2.148.536.333,- (dua milyar seratus empat puluh delapan juta lima ratus tiga puluh enam ribu tiga ratus tiga puluh tiga rupiah), kemudian terjadi peningkatan penerimaan dana zakat di tahun 2015 yaitu sebesar Rp 2.255.194.992,- (dua milyar dua ratus lima puluh lima juta seratus sembilan puluh empat ribu sembilan ratus sembilan puluh dua rupiah) menjadi Rp 4.403.731.325,- (empat milyar empat ratus tiga juta tujuh ratus tiga puluh satu ribu tiga ratus dua puluh lima rupiah), kemudian pada tahun 2016 terjadi peningkatan penerimaan zakat sebesar Rp 266.781.103,- (dua ratus enam puluh enam juta tujuh ratus delapan puluh satu ribu seratus tiga rupiah) menjadi Rp 4.670.512.428,- (empat milyar enam ratus tujuh puluh juta lima ratus dua belas ribu empat ratus dua puluh delapan rupiah), kemudian pada tahun 2017 terjadi penurunan penerimaan zakat sebesar Rp 1.142.255.350,- (satu milyar seratus

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

empat puluh dua juta dua ratus lima puluh lima ribu tiga ratus lima puluh rupiah) menjadi Rp 3.528.257.078,- (tiga milyar lima ratus dua puluh delapan juta dua ratus lima puluh tujuh ribu tujuh puluh delapan rupiah), sedangkan penerimaan zakat sampai juni 2018 ini sebesar Rp 2.073.933.425,- (dua milyar tujuh puluh tiga juta sembilan ratus tiga puluh tiga ribu empat ratus dua puluh lima rupiah).

Dapat disimpulkan bahwa peningkatan minat masyarakat Kabupaten Indragiri Hilir untuk membayar zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir terjadi pada tahun 2015 dan 2016 dan terjadi penurunan di tahun 2017.

Untuk penyaluran dana zakat pada BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir dalam kurun 5 (lima) tahun terakhir dapat di lihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel I.4**  
**Data Penyaluran Dana Zakat Berdasarkan Asnaf**

N O	ASNAF	T A H U N				
		2014	2015	2016	2017	Juni 2018
1	2	3	4	5	6	7
1	Fakir	48.000.000	1.254.806.000	1.744.184.000	426.790.500	9.300.000
2	Miskin	419.800.000	86.000.000	564.700.000	249.500.000	208.284.000
3	Amil	187.425.000	309.200.000	555.754.615	47.278.000	0
4	Muallaf	1.800.000	2.800.000	0	0	0
5	Riqab	0	0	0	0	0
6	Gharim	0	0	0	0	6.900.000
7	Fisabilillah	750.700.000	2.122.300.000	1.976.500.000	280.000.000	1.612.550.000
8	Ibnu Sabil	1.400.000	1.800.000	1.050.000	15.950.000	20.000.000
	<b>JUMLAH</b>	<b>1.409.125.000</b>	<b>3.776.906.000</b>	<b>4.842.188.615</b>	<b>1.019.518.500</b>	<b>1.857.034.000</b>

Sumber : BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir

Berdasarkan data tabel diatas dapat diketahui bahwa penyaluran zakat pada tahun 2014 sebesar Rp 1.409.125.000,- (satu milyar empat ratus sembilan juta seratus dua puluh lima ribu rupiah), kemudian pada tahun 2015 meningkat sebesar Rp 2.367.781.000,- (dua milyar tiga ratus enam puluh tujuh juta tujuh

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ratus delapan puluh satu ribu rupiah) menjadi Rp 3.776.906.000,- (tiga milyar tujuh ratus tujuh puluh enam juta sembilan ratus enam ribu rupiah), kemudian pada tahun 2016 meningkat sebesar Rp 1.065.282.615,- (satu milyar enam puluh lima juta dua ratus delapan puluh dua ribu enam ratus lima belas rupiah) menjadi Rp 4.842.188.615,- (empat milyar delapan empat puluh dua juta seratus delapan puluh delapan ribu enam ratus lima belas rupiah), kemudian pada tahun 2017 menurun sebesar Rp 3.822.670.115,- (tiga milyar delapan ratus dua puluh dua juta enam ratus tujuh puluh ribu seratus lima belas rupiah) menjadi Rp 1.019.518.500 (satu milyar sembilan belas juta lima ratus delapan belas ribu lima ratus rupiah) dan untuk penyaluran pada tahun 2018 sampai bulan juli ini sebesar Rp 1.857.034.000,- (satu milyar delapan ratus lima puluh tujuh juta tiga puluh empat ribu rupiah).

Dapat disimpulkan bahwa peningkatan dan penurunan penyaluran zakat di BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir sama dengan penerimaan zakatnya, yang mana peningkatan penyaluran dana zakat terjadi di tahun 2015 dan tahun 2016 kemudian terjadi penurunan kembali di tahun 2017.

Dari tabel di atas kita dapat melihat juga bahwa dana zakat lebih banyak di salurkan kepada asnaf fakir, miskin, amil, fisabilillah dan ibnu sabil. Untuk asnaf ibnu sabil pernah di salurkan pada tahun 2014 dan 2015 dan asnaf gharim hanya di tahun 2018. Sedangkan untuk asnaf riqab belum pernah sama sekali.

Berdasarkan data-data tersebut, diketahui bahwa muzakki kurang berminat untuk membayar zakatnya melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir,



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

hal ini disebabkan oleh beberapa faktor atau kemungkinan, untuk itu penulis tertarik untuk meneliti apakah promosi dan kualitas layanan menjadi faktor yang mempengaruhi minat muzakki untuk membayar zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir.

Kemungkinan pertama rendahnya minat masyarakat di Kabupaten Indragiri Hilir disebabkan kurangnya sosialisasi dan promosi yang dilakukan oleh pihak BAZNAS tentang produk dan jasa yang ada di BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir sehingga menyebabkan kurangnya pengetahuan masyarakat tentang produk dan jasa yang ada di BAZNAS tersebut.

Fandy Tjiptono<sup>1</sup> menyatakan bahwa promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/ membujuk, dan meningkatkan pasar sasaran atau perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal terhadap produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan, sehingga perusahaan harus melakukan kegiatan promosi dengan memakai berbagai media misalnya iklan, brosur, publisitas, dan *personal selling*.

Menurut Ketua Umum Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Prof. Dr Didin Hafiduddin<sup>2</sup>, potensi zakat di Indonesia bisa menembus angka Rp 217

<sup>1</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), hlm. 219.

<sup>2</sup>Didin Hafiduddin, "Promosi Zakat digencarkan", dikutip dari <https://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/wakaf/promosi-zakat-digencarkan>, diakses pada hari Rabu tanggal 09 Januari 2019 jam 09.20 WIB.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

triliun. Karena itu, ia menekankan perlunya promosi zakat yang lebih masif, perlu penyadaran kepada umat Islam mengenai kewajiban mereka mengeluarkan zakat. Ia meyakini, promosi membantu meningkatkan zakat terhimpun dari tahun ke tahun. Pada 2011, capaian zakat mencapai Rp 1,73 triliun dan pada 2012 capaian zakat terus meningkat hingga Rp 2,73 triliun. Dengan demikian, promosi harus terus ditempuh agar potensi zakat dapat tercapai.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Qurroh Ayuniyyah<sup>3</sup> dengan judul “*Factors Affecting Zakat Payment Through Institution of Amil: Muzakki’s Perspectives Analysis (Case Study of Badan Amil Zakat Nasional [BAZNAS])*”. Menyimpulkan bahwa ada dua faktor yang harus diberi perhatian kuat oleh BAZNAS, yaitu daya tarik program promosi dan kemampuan program promosi untuk memicu keingintahuan muzakki belajar tentang zakat melalui lembaga amil. Maka dari itu BAZNAS di masa depan harus menyediakan lebih banyak promosi menarik kepada para muzakki.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Baruna Hadi Brata, Shilvana Husani dan Hapzi Ali<sup>4</sup> dengan judul “*The Influence of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision on Nitchi At PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta*”. Menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh

<sup>3</sup> Qurroh Ayuniyyah, “*Factors Affecting Zakat Payment Through Institution of Amil: Muzakki’s Perspectives Analysis (Case Study of Badan Amil Zakat Nasional [BAZNAS])*”, Jurnal Ekonomi Islam Al-Infaq, Vol. 2 No. 2, September 2011, hlm. 63.

<sup>4</sup> Baruna Hadi Brata, Shilvana Husani dan Hapzi Ali, “*The Influence of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision on Nitchi At PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta*”, Saudi Journal of Business and Management Studies, Vol-2, Iss-4B (April 2017), hlm. 433.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian produk pada Nitchi Di PT. Jaya Swarasa Agung di Jakarta Pusat. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Patra Rusdiano<sup>5</sup> dengan judul “*Pengaruh Promosi, Kualitas pelayanan dan Religiusitas terhadap Minat Masyarakat menjadi Muzakki pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) Dompot Dhuafa*”. Menyimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara promosi terhadap minat masyarakat menjadi muzakki pada lembaga Amil Zakat (LAZ) dompet dhuafa.

Kemungkinan yang kedua adalah kurang atau rendahnya kualitas layanan yang diberikan BAZNAS kepada masyarakat. Islam mengajarkan kepada kita untuk memberikan layanan yang baik dan berkualitas kepada orang lain dari usaha yang kita jalankan baik itu berupa produk barang atau jasa. Kualitas layanan mutlak menjadi perhatian penting bagi BAZNAS, terutama bagi BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir karena saat ini telah berdiri banyak lembaga zakat di tengah-tengah masyarakat. Dengan kualitas layanan yang baik dan diharapkan oleh konsumen, membuat para konsumen puas sehingga konsumen bertahan, loyal dan bisa menarik konsumen yang baru.

Sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur'an surat Al- Imran ayat 159 :

<sup>5</sup> Patra Rusdiano, “Pengaruh Promosi, Kualitas pelayanan dan Religiusitas terhadap Minat Masyarakat menjadi Muzakki pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) Dompot Dhuafa”, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2016, hlm. 135.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ  
فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ  
اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٦﴾

Artinya :

*Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.*<sup>6</sup>

Dari ayat tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam melayani masyarakat kita harus berlemah lembut, baik dalam ucapan maupun perbuatan.

Lebih lanjut ditambahkan oleh Moenir<sup>7</sup> dalam pelayanan kepada masyarakat terdapat beberapa faktor pendukung yang penting seperti kesadaran petugas yang melaksanakan pekerjaan, aturan yang melandasi tugas pekerjaan, organisasi sebagai sistem, alat kerja dan sarana prasarana yang memadai untuk menunjang pelaksanaan pelayanan.

Selain itu, Tjiptono dan Gregorius<sup>8</sup> menyatakan bahwa “Sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan berperan besar dalam menciptakan keunggulan layanan (*service excellence*)”.

<sup>6</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: PT. Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), hlm. 90.

<sup>7</sup> Moenir, H.A.S, *Manajemen Pelayanan Umum*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1995), hlm. 88.

<sup>8</sup> Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction*, (Yogyakarta: ANDI, 2005), hlm. 119.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kamil dalam Nur Barizah Abu Bakar dan Hafiz Majdi Abdul Rashid<sup>9</sup>, dalam penelitiannya yang berjudul “*The role of intrinsic motivational factors on compliance behaviour of zakat on employment income, in Isu-isu Kontemporari Zakat di Malaysia*”, menemukan bahwa ada 3 (tiga) faktor yang memotivasi seseorang dalam membayar zakat pendapatan yaitu : kualitas layanan, tingkat pengetahuan tentang zakat dan tingkat seberapa sering mempromosikan zakat.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Azy Athoillah Yazid<sup>10</sup> dengan judul “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Muzakki Dalam Menunaikan Zakat Di Nurul Hayat Cabang Jember*”. Menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap minat *muzakki* untuk menunaikan zakat di Nurul Hayat Cabang Jember.

Mengingat pentingnya peranan BAZNAS sebagai jembatan penghubung antara muzakki dengan mustahik dalam mengumpulkan dana zakat, kemudian mengelola serta mendistribusikan dana zakat tersebut secara benar dan tepat sasaran kepada para asnaf penerima zakat yang telah disebutkan dalam Al-Quran. Maka dari itu BAZNAS harus meningkatkan jumlah penerimaan zakat dari muzakki. Berdasarkan dari uraian diatas nampak minat muzakki untuk membayar zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir masih rendah dan

<sup>9</sup> Nur Barizah Abu Bakar dan Hafiz Majdi Abdul Rashid, “Motivations of Paying Zakat on Income: Evidence from Malaysia”, *International Journal of Economics and Finance*, Vol. 2, No. 3, (August 2010), hlm. 79.

<sup>10</sup> Azy Athoillah Yazid, “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Muzakki Dalam Menunaikan Zakat Di Nurul Hayat Cabang Jember*”, *Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*, Vol.8, No.2, 2017, hlm. 173.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diketahui bahwa adanya kemungkinan promosi dan kualitas layanan yang dapat mempengaruhi minat muzakki untuk membayar zakat di BAZNAS, oleh sebab itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir mengenai “ **Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat Melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir**”

## B. Definisi Istilah

### 1. BAZNAS

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) merupakan badan resmi dan satu-satunya yang dibentuk oleh pemerintah berdasarkan Keputusan Presiden RI No. 8 Tahun 2001 yang memiliki tugas dan fungsi menghimpun dan menyalurkan zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) pada tingkat nasional.<sup>11</sup> BAZNAS Kabupaten/Kota di bentuk oleh Bupati/Wali Kota setelah mendapatkan pertimbangan dari BAZNAS. BAZNAS Kabupaten/Kota bertanggung jawab kepada BAZNAS Provinsi dan Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota.

<sup>11</sup><http://pusat.baznas.go.id/profil/>, diakses pada hari sabtu tanggal 18 agustus 2018 jam 07.25 WIB.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2. Promosi.

Menurut Gitosudarmo<sup>12</sup> promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut.

Promosi bertujuan untuk memberikan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan mengingatkan pelanggan tentang lembaga dan bauran pemasarannya, jadi promosi zakat adalah cara Badan Amil Zakat mengenalkan sebuah promo zakat kepada calon muzaki agar calon muzaki mengetahui kelebihanannya dan pada gilirannya menjadi pelanggan rutin membayar zakat di BAZNAS. Promosi adalah sesuatu yang mutlak dilakukan dalam dunia bisnis dan perzakatan.<sup>13</sup>

## 3. Kualitas Layanan

Menurut Goetsh dan Davis<sup>14</sup> kualitas merupakan “Suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”.

<sup>12</sup> Gitosudarmo, Indriyo. *Manajemen Pemasaran*, Edisi II, Cetakan VI, (Yogyakarta: BPFE, 2000), hlm. 237.

<sup>13</sup> Hamzah Johan, “Pedoman Promosi dan Tata Cara Penawaran ZIS Serta Laporan Sales Promo BAZNAS Kota Batam”, dikutip dari <https://hamzahjohan.blogspot.com/2018/01/pedoman-promosi-dan-tata-cara-penawaran.html>, diakses hari rabu tanggal 09 Januari 2019 jam 11.05 WIB.

<sup>14</sup> Tjiptono, Fandy dan Diana Anastasia, *Prinsip-prinsip Total Quality Service (TQS)*, Edisi Ke-4, (Yogyakarta: ANDI, 2004), hlm. 51.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### 4. Minat

Crow & Crow adalah kecenderungan atau merasa tertarik pada orang, benda, kegiatan, ataupun bisa berupa pengalaman yang efektif yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri.<sup>15</sup>

#### 5. Minat Membayar Zakat melalui BAZNAS

Kecendrungan atau ketertarikan seseorang untuk membayar zakat baik itu berbentuk zakat, infak dan sedekah menggunakan jasa badan resmi yang di bentuk pemerintah yaitu Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS).

### C. Permasalahan

#### 1. Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang masalah, maka dapat diidentifikasi masalah yang terjadi, adalah :

- a. Jumlah muzakki yang membayar zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir masih fluktuatif.
- b. Kurangnya penerimaan zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir.
- c. Kurangnya penyaluran zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir.
- d. Kurangnya minat muzakki untuk membayar zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir.

<sup>15</sup> L. Crow & A. Crow, *Psikologi Pendidikan*, Cet. 1, (Yogyakarta: Nur Cahya, 1989), Terjemahan dari Educational Psychology, hlm. 302.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2. Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini tidak menyimpang dari masalah yang diangkat, maka penelitian ini dibatasi, batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Variabel yang di gunakan adalah promosi, kualitas layanan dan minat.
- b. Responden yang diteliti adalah masyarakat Kabupaten Indragiri Hilir, yaitu para muzakki yang pernah membayar zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir.
- c. Objek penelitian ini adalah BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir.

## 3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan dan batasan masalah yang diteliti, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

- a. Seberapa besar pengaruh promosi terhadap minat masyarakat membayar zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir ?
- b. Seberapa besar pengaruh kualitas layanan terhadap minat masyarakat membayar zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir ?
- c. Seberapa besar pengaruh promosi dan kualitas layanan bersama-sama terhadap minat masyarakat membayar zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir?

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, maka tujuan penelitian ini adalah :

- a. Menguji dan menganalisis pengaruh promosi terhadap minat masyarakat membayar zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir.
- b. Menguji dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap minat masyarakat membayar zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir.
- c. Menguji dan menganalisis pengaruh promosi dan kualitas layanan bersama-sama terhadap minat masyarakat membayar zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir.

### 2. Manfaat Penelitian.

Penelitian ini memberikan beberapa manfaat bagi berbagai pihak, diantaranya adalah :

- a. Bagi akademisi dan praktisi zakat, diharapkan penelitian ini memberikan kontribusi positif dalam mensosialisasikan konsep zakat bagi masyarakat luas, terutama yang beragama Islam.
- b. Bagi peneliti berikutnya, dapat dijadikan sebagai pedoman dalam mendesain penelitian berikutnya yang berhubungan dengan perilaku konsumen terhadap zakat.
- c. Bagi BAZNAS, sebagai masukan bagi pihak badan amil zakat mengenai promosi dan kualitas layanan terhadap minat masyarakat membayar zakat



melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir sebagai pertimbangan untuk menyusun langkah-langkah kebijakan dan strategi pemasaran produk dan jasa zakat.

- d. Bagi muzakki, sebagai bahan pertimbangan bagi masyarakat dalam melakukan/membayar zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II

### LANDASAN TEORITIS

#### A. Kerangka Teori

##### 1. Zakat.

###### a. Pengertian Zakat

Secara bahasa (*etimologi*) zakat berarti tumbuh (*nummuw*) dan bertambah (*zidayah*). Jika diucapkan, *zaka al-zar* artinya adalah tanaman itu tumbuh dan bertambah. Jika diucapkan *zakat al-nafaqah*, artinya nafkah tumbuh dan bertambah jika diberkati. Adapun zakat menurut syara', berarti hak yang wajib (dikeluarkan dari harta).<sup>1</sup> Dan ada yang mengatakan bahwa zakat berasal dari kata zaka yang berarti berkembang, berkah, tumbuh, suci, dan baik.<sup>2</sup> Dengan demikian, zakat yaitu membersihkan (menyucikan) diri dan hartanya sehingga pahalanya bertambah, hartanya tumbuh (berkembang) dan membawa berkah.<sup>3</sup>

Zakat dari segi istilah fiqh berarti sejumlah harta tertentu yang diwajibkan Allah diserahkan kepada orang-orang yang berhak disamping berarti mengeluarkan jumlah tertentu itu sendiri. Jumlah yang dikeluarkan dari kekayaan itu disebut zakat karena yang

<sup>1</sup>Wahbah az-Zuhayly, *Al-Fiqh Al-Islami Adilatuh*, diterjemahkan oleh Agus Efendi dan Bahrudin Fannany dengan judul *Zakat Kajian dari Berbagai Madzhab*, Cet. 1, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1995), hlm. 83.

<sup>2</sup>Asnaini, *Zakat Produktif dalam Perspektif Hukum Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), hlm. 23.

<sup>3</sup>M. Ali Hasan, *Zakat dan Infak Salah Satu Solusi Mengatasi Problema Sosial di Indonesia*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), hlm. 15.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dikeluarkan itu menambah banyak, membuat lebih berarti, dan melindungi kekayaan itu dari kebinasaan”.<sup>4</sup>

Secara istilah syari’ah (syara’) zakat berarti sejumlah harta tertentu yang diwajibkan Allah untuk diserahkan kepada orang-orang tertentu dan dengan syarat-syarat yang ditentukan pula. Menurut terminologi para *fuqaha*, zakat dimaksudkan sebagai penunaian, yakni penunaian hak yang wajib yang terdapat dalam harta. Zakat juga dimaksudkan sebagai bagian harta tertentu dan yang diwajibkan oleh Allah untuk diberikan kepada orang-orang fakir.<sup>5</sup>

Dalam al-Fiqh al-Islami Adilatuh karya Wahbah al-Zuhayly<sup>6</sup> memaparkan definisi zakat yang berbeda dari empat madzhab, penjelasannya sebagai berikut :

- 1) Madzhab Maliki, dalam madzhab Maliki zakat adalah mengeluarkan sebagian yang khusus dari harta yang khusus pula yang mencapai nishab (nishab adalah mencapai kuantitas tertentu yang ditetapkan dengan hukum syara’<sup>7</sup>), kepada orang yang berhak menerimanya, kepemilikan penuh yang sudah mencapai satu tahun (haul) dan bukan barang tambang dan barang pertanian.

<sup>4</sup>Yusuf Qardhawi, *Hukum Zakat*, (Bogor: Pustaka Litera Antar Nusa, 1999), hlm. 35.

<sup>5</sup>Makhalul Ilmi, *Teori dan Praktek Lembaga Keuangan Syari’ah*, (Yogyakarta: UII Press, 2002), hlm. 67.

<sup>6</sup>Wahbah az-Zuhayly, *Op. Cit.*, hlm. 83-84.

<sup>7</sup>Yusuf Qardhawi, *Fiqhuz Zakat*, diterjemahkan oleh Salman Harun “Hukum Zakat”, (Jakarta: PT. Litera Antarnusa, 2011), hlm. 170.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2) Madzhab Hanafi, mendefinisikan zakat dengan “Menjadikan sebagian harta yang khusus (tertentu) dari harta yang khusus (tertentu) sebagai milik orang yang khusus (tertentu), yang ditentukan oleh syariat karena Allah SWT”.
- 3) Madzhab Syafi’i, mengartikan zakat sebagai sebuah ungkapan untuk keluarnya harta atau tubuh sesuai dengan cara yang khusus.
- 4) Madzhab Hambali, zakat ialah hak yang wajib dikeluarkan dari harta tertentu untuk kelompok tertentu pula.

Meskipun para ulama mengemukakannya dengan redaksi yang agak berbeda antara satu dan lainnya, akan tetapi pada prinsipnya sama, yaitu bahwa zakat itu adalah bagian dari harta dengan persyaratan tertentu, yang Allah SWT mewajibkan kepada pemiliknya, untuk diserahkan kepada yang berhak menerimanya, dengan persyaratan tertentu pula.

#### b. Dasar Hukum Zakat.

Di dalam ajaran Islam kita mengenal dengan namanya Rukun Islam, dan salah satu rukun Islam yang ke lima adalah membayar Zakat. Jadi setiap umat Islam wajib membayar zakat, terutama adalah zakat fitrah. Di dalam Al-Quran terdapat 32 kata zakat, dan 82 kali diulang dengan menggunakan istilah yang merupakan sinonim dari kata zakat, yaitu kata shadaqah dan infaq. Pengulangan tersebut mengandung

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

maksud bahwa zakat mempunyai kedudukan, fungsi dan peranan sangat penting dalam islam.<sup>8</sup>

Dari 32 ayat dalam Al-quran yang memuat ketentuan zakat tersebut, 29 ayat diantaranya menghubungkan zakat dengan shalat. Hal ini menunjukkan bahwa eratnya kaitan antara shalat dengan zakat sekaligus menunjukkan bahwa islam sangat memerhatikan hubungan manusia dengan Tuhan (*Hablun minAllah*) dan Hubungan antar manusia (*Hablun minan-nas*).<sup>9</sup>

Adapun beberapa firman Allah SWT di dalam Al-Qur'an tentang zakat adalah sebagai berikut :

1) Surah At-Taubah ayat 11:

فَإِنْ تَابُوا وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَآتَوُا الزَّكَاةَ فَإِخْوَانُكُمْ فِي الدِّينِ وَنُفَصِّلُ  
الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَعْلَمُونَ ﴿١١﴾

Artinya :

*Dan jika mereka bertaubat, melaksanakan sholat dan menunaikan zakat, Maka (berarti mereka itu) adalah saudara-saudaramu seagama. dan Kami menjelaskan ayat-ayat itu bagi orang-orang yang mengetahui.*<sup>10</sup>

<sup>8</sup>Abdurrahman Qadir, *Zakat Dalam Dimensi Mahdah dan Sosial*, (Jakarta: Raja Grafindo,1998), hlm. 43.

<sup>9</sup>Nuruddin Muhammad Ali, *Zakat Sebagai Instrumen dalam Kebijakan Fiskal*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), hlm. 26.

<sup>10</sup> Kementerian Agama RI, *Op. Cit.*, hlm. 255.





## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2) Surah At-Taubah ayat 103:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ﴿١٠٣﴾

Artinya :

Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. dan Allah Maha mendengar lagi Maha mengetahui.<sup>11</sup>

## 3) Surah Al-Baqarah ayat 43:

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ ﴿٤٣﴾

Artinya :

Dan laksanakanlah shalat, tunaikanlah zakat dan rukuklah beserta orang yang rukuk.<sup>12</sup>

## 4) Surah Al-Baqarah ayat 110:

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَمَا تُقَدِّمُوا لِأَنفُسِكُمْ مِنْ خَيْرٍ تَجِدُوهُ عِنْدَ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ ﴿١١٠﴾

Artinya :

Dan laksanakanlah shalat dan tunaikanlah zakat. Dan segala kebaikan apa saja yang kamu kerjakan untuk dirimu, kamu akan mendapatkannya (pahala) disisi Allah. Alah Maha melihat apa yang kamu kerjakan.<sup>13</sup>

<sup>11</sup> Kementerian Agama RI, *Op. Cit.*, hlm. 273.

<sup>12</sup> Kementerian Agama RI, *Op. Cit.*, hlm. 8.

<sup>13</sup> Kementerian Agama RI, *Op. Cit.*, hlm. 21.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 5) Surah Al-Baqarah ayat 277:

إِنَّ الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَءَاتَوْا الزَّكَاةَ  
لَهُمْ أَجْرُهُمْ عِنْدَ رَبِّهِمْ وَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ ﴿٢٧٧﴾

Artinya :

Sungguh, orang-orang yang beriman, mengerjakan kebajikan, melaksanakan shalat dan menunaikan zakat, mereka mendapat pahala di sisi Tuhannya. Tidak ada rasa takut pada mereka dan mereka tidak bersedih hati.<sup>14</sup>

## 6) Surah Al-Mujaadilah ayat 13:

ءَأَشْفَقْتُمْ أَن تُقَدِّمُوا بَيْنَ يَدَيْ نَجْوَاكُمْ صَدَقْتُمْ ۖ فَاِذْ لَمْ تَفْعَلُوا وَتَابَ  
اللَّهُ عَلَيْكُمْ فَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَءَاتُوا الزَّكَاةَ وَأَطِيعُوا اللَّهَ وَرَسُولَهُ ۚ وَاللَّهُ  
خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿١٣﴾

Artinya :

Apakah kamu takut akan (menjadi miskin) karena kamu memberikan sedekah sebelum (melakukan) pembicaraan dengan Rasul? Tetapi jika kamu tidak melakukannya dan Allah telah memberi ampun kepadamu, maka laksanakanlah shalat, dan tunaikanlah zakat serta taatlah kepada Allah dan Rasul-Nya; dan Allah Maha teliti terhadap apa yang kamu kerjakan.<sup>15</sup>

Adapun Hadist Nabi Muhammad SAW tentang zakat adalah sebagai berikut :

## 1) Hadist Nabi Muhammad SAW yang di riwayatkan oleh Abu Abbas.

RA:

<sup>14</sup> Kementerian Agama RI, *Op. Cit.*, hlm. 58.

<sup>15</sup> Kementerian Agama RI, *Op. Cit.*, hlm. 794.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَنْ آتَاهُ اللَّهُ مَالًا فَلَمْ يُؤَدِّ زَكَاتَهُ مِثْلَ لَهُ مَالُهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ شُجَاعًا أَفْرَعُ لَهُ رِيبَتَانِ يُطَوَّقُهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ ثُمَّ يَأْخُذُ بِلِجَمِئَتَيْهِ يَغْبِي بَشِيقَيْهِ ثُمَّ يَقُولُ أَنَا مَالِكُ أَنَا كَزْرُكٌ ثُمَّ تَلَا ( لَا يَحْسِبَنَّ الَّذِينَ يَنْخُلُونَ ) الْآيَةَ

Artinya :

Siapa yang dikaruniai oleh Allah kekayaan tetapi tidak mengeluarkan zakat, maka pada hari kiamat nanti ia akan didatangi oleh seekor ular jantan gundul, yang sangat berbisa dan sangat menakutkan dengan dua bintik di atas kedua matanya, lalu melilit dan mematuk lehernya sambil berteriak, "saya adalah kekayaanmu, saya adalah kekayaanmu yang kau timbun-timbun dulu" Nabi kemudian membaca ayat "Janganlah orang-orang yang kikir sekali dengan karunia yang diberikan Allah kepada mereka itu mengira bahwa tindakannya itu baik bagi mereka; segala yang mereka kikirkan itu dikalungkan di leher mereka nanti pada hari kiamat (H.R.Bukhari No.1403).<sup>16</sup>

Zakat dan shalat dalam al-Qur'an dan hadits merupakan lambang keseluruhan dari semua ajaran Islam. Hal tersebut menunjukkan bahwa betapa eratnya hubungan antara keduanya. Keislaman seseorang tidak akan sempurna kecuali dengan kedua hal tersebut.<sup>17</sup> Sehingga dapat disimpulkan bahwa orang yang dekat dengan Tuhan berimplikasi pula pada kedekatannya dengan manusia, begitu pula sebaliknya.<sup>18</sup>

Melaksanakan shalat merupakan lambang baiknya hubungan seseorang dengan Tuhannya, sedangkan zakat adalah lambang harmonisnya hubungan antara sesama manusia sehingga tidak

<sup>16</sup> Al-Imam Zainuddin Ahmad, *Summarized Shahih Al-Bukhari*, Terj. Cecep Syamsul Hari dan Tholib Anis, (Bandung: Mizan Pustaka, 2008), hlm. 282.

<sup>17</sup> Wahbah Al-Zuhayly, *Op. Cit.*, hlm. 89.

<sup>18</sup> Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), hlm. 57.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengerankan jika shalat dan zakat yang disyari'atkan Allah merupakan pilar-pilar berdirinya bangunan Islam. Jika keduanya hancur maka Islam akan sulit untuk tetap bertahan.<sup>19</sup>

Di dalam sejarah Islam pernah terjadi, bahwa Abu Bakar pernah memerangi orang yang tidak mau menunaikan zakat. Beliau mengatakan dengan tegas: “Demi Allah akan aku perangi orang yang membedakan antara shalat dan zakat”.<sup>20</sup>

Agama Islam memiliki berbagai kelebihan yang membuktikan bahwa ia benar-benar berasal dari sisi Allah dan merupakan risalah *rabbaniyah* terakhir yang abadi. Untuk itu pembahasan tentang zakat jelas merupakan ayat-ayat yang berkaitandengan hukum.<sup>21</sup> Sehingga tidak perlu ditopang lagi dengan berbagaidalil karena sudah jelas dan ditegaskan oleh berbagai ayat al-Qur'an.<sup>22</sup>

Zakat merupakan ibadah yang bertalian dengan harta benda (*maaliyah*). Zakat juga merupakan kewajiban sosial bagi para *aghniya'* (hartawan) setelah kekayaan sudah memenuhi batas minimal (*nishab*) dan rentang waktu setahun (*haul*). Bertujuan untuk mewujudkan pemerataan keadilan dalam bidang ekonomi umat. Zakat merupakan sumber dana potensial yang sangat strategis dalam upaya membangun

<sup>19</sup>Iqbal, *Op. Cit.*, hlm. 12.

<sup>20</sup>*Ibid.*, hlm. 17.

<sup>21</sup>Muhammad, *Zakat Profesi: Wacana Pemikiran dalam Fikih Kontemporer*, (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), hlm. 12.

<sup>22</sup>Yusuf Qordhowi, *Kiat Islam Mengentaskan Kemiskinan*, (Jakarta: Gema Insani Pers, 1995), hlm. 98.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kesejahteraan umat. Oleh karena itu dalam Al-Qur'an disebutkan agar zakat dihimpun dan kemudian disalurkan kepada *mustahiq* (orang yang berhak menerima zakat).<sup>23</sup>

Dengan demikian, zakat mempunyai dimensi pemerataan karunia Allah SWT sebagai fungsi sosial ekonomi sebagai perwujudan solidaritas sosial, pernyataan rasa kemanusiaan dan keadilan, pembuktian persaudaraan Islam, pengikat persatuan umat, sebagai pengikat batin antara golongan kaya dengan miskin, sarana membangun kedekatan yang kuat dengan yang lemah, mewujudkan tatanan masyarakat yang sejahtera, rukun, damai, dan harmonis yang akhirnya dapat menciptakan situasi yang tentram dan aman lahir batin.<sup>24</sup>

### c. Hikmah dan Manfaat Zakat.

Zakat adalah ibadah dalam harta yang sebagaimana mengandung hikmah dan manfaat yang demikian besar dan mulia, baik yang berkaitan dengan orang yang berzakat (muzakki), penerimanya (mustahik), harta yang dikeluarkan zakatnya, maupun bagi masyarakat keseluruhan. Hikmah dan manfaat zakat menurut Didin Hafidhuddin<sup>25</sup> sebagai berikut:

<sup>23</sup> Ahmad Rofiq makalah disampaikan dalam Seminar tentang *Manajemen Pengelolaan Zakat*, kerjasama Pemda Propinsi Jawa Tengah, Kanwil Departemen Agama dan IAIN Walisongo Fakultas Syari'ah pada Selasa, 09 oktober 2001.

<sup>24</sup> Asnaini, *Op. Cit.*, hlm. 133.

<sup>25</sup> Didin Hafidhuddin, *Zakat dalam Perekonomian Modern*, (Depok: Gema Insani, 2008), hlm. 15.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 1) Sebagai perwujudan keimanan kepada Allah SWT, menumbuhkan akhlak yang mulia dengan rasa kemanusiaan yang tinggi, menghilangkan sifat kikir, rakus dan materialistis, menumbuhkan ketenangan hidup, sekaligus membersihkan dan mengembangkan harta yang dimiliki.
- 2) Karena zakat merupakan hak mustahik, maka zakat berfungsi menolong, membantu dan, membina mereka, terutama fakir miskin, kearah kehidupan yang lebih baik.
- 3) Sebagai pilar amal bersama antara orang-orang kaya yang berkecukupan hidupnya dan para mujtahid yang seluruh waktunya digunakan untuk berjihad di jalan Allah.
- 4) Sebagai salah satu sumber dana pembangunan sarana maupun prasarana yang harus dimiliki umat Islam.
- 5) Untuk memasyarakatkan etika bisnis yang benar, sebab harta itu bukan hanya membersihkan harta yang kotor, akan tetapi mengeluarkan bagian hak orang lain dari harta kita.
- 6) Dari sisi pembangunan kesejahteraan umat, zakat merupakan salah satu instrumen pemerataan pendapatan.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**d. Syarat Wajib Zakat.**

Menurut Wahbah Al-Zuhayly<sup>26</sup> zakat mempunyai beberapa syarat wajib dan syarat sah. Menurut kesepakatan para ulama, bahwa syarat wajib zakat adalah sebagai berikut:

**1) Merdeka**

Yaitu zakat dikenakan kepada orang-orang yang bebas dan dapat bertindak bebas, menurut kesepakatan para ulama zakat tidak wajib atas hamba sahaya yang tidak mempunyai hak milik.

**2) Muslim.**

Menurut Ijma' zakat tidak wajib atas orang kafir karena zakat ini merupakan ibadah *mahdah* yang suci sedangkan orang kafir bukan orang suci maka tidak wajib mengeluarkan zakat.

**3) Baligh dan berakal**

Zakat tidak wajib diambil atas harta anak kecil dan orang-orang gila sebab keduanya tidak termasuk ke dalam ketentuan orang yang wajib mengerjakan ibadah seperti sholat dan puasa.

**4) Kepemilikan harta yang penuh**

Harta yang akan dikeluarkan zakatnya haruslah murni harta pribadi dan tidak bercampur dengan harta milik orang lain. Jika dalam harta kita bercampur dengan harta milik orang lain sedangkan

<sup>26</sup>Wahbah Al Zuhayly, *Op. Cit.*, hlm. 98-106.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kita akan mengeluarkan zakat, maka harus dikeluarkan terlebih dahulu harta milik orang lain tersebut.

#### 5) Mencapai *nishab*

*Nishab* adalah batasan antara apakah kekayaan itu wajib zakat atau tidak sesuai ketentuan syara' sebagai pertanda kayanya seseorang dan kadar-kadar yang mewajibkannya berzakat. Jika harta yang dimiliki seseorang telah mencapai *nishab*, maka kekayaan tersebut wajib zakat, jika belum mencapai *nishab*, maka tidak wajib zakat.

#### 6) Mencapai *haul*

*Haul*, yaitu kekayaan yang dimiliki seseorang apabila sudah mencapai satu tahun hijriyah atau telah mencapai jangka waktu yang mewajibkan seseorang mengeluarkan zakat. Sedangkan syarat sahnya adalah niat yang menyertai pelaksanaan zakat.

#### e. Jenis-jenis Harta yang Wajib dizakati.

Menurut Elsi Kartika Sari<sup>27</sup>, dalam fiqih Islam harta kekayaan yang wajib dizakati digolongkan dalam beberapa kategori dan masing-masing kelompok berbeda *nishab*, *haul* dan kadar zakatnya, yakni sebagai berikut:

##### 1) Emas dan perak.

<sup>27</sup>Elsi Kartika Sari, *Pengantar Hukum Zakat dan Wakaf*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2006), hlm. 25-36.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Emas dan perak termasuk logam mulia yakni merupakan tambang elok yang dijadikan perhiasan dan dijadikan mata uang yang berlaku dari waktu ke waktu.

## 2) Hasil pertanian

Hasil pertanian adalah hasil tumbuh-tumbuhan atau tanaman yang bernilai ekonomis seperti biji-bijian, umbi-umbian, sayur-sayuran, buah-buahan, tanaman hias, rumput-rumputan, daun-daunan, dan sebagainya.

## 3) Hasil peternakan.

Yakni hewan ternak yang dipelihara selama setahun dan tidak dipekerjakan sebagai tenaga pengangkutan. Meliputi hewan besar (unta, sapi, kerbau), hewan kecil (kambing, domba) dan unggas (ayam, itik, burung).

## 4) Harta perniagaan.

Harta perniagaan adalah semua yang dapat diperjual-belikan untuk meraih keuntungan dari berbagai jenisnya, baik berupa barang seperti alat-alat, pakaian, makanan, perhiasan, dll.

5) Hasil tambang dan barang temuan (*Rikaz*).

*Ma'din* (hasil tambang) adalah benda-benda yang terdapat di dalam perut bumi dan memiliki nilai ekonomis seperti emas, perak, timah, tembaga, marmer, giok, minyak bumi, batu-bara dan sebagainya.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*Rikaz* (barang temuan) adalah harta yang terpendam didalam tanah dari zaman dahulu atau biasa disebut dengan harta karun. Termasuk didalamnya harta atau barang yang ditemukan dan tidak ada yang mengaku sebagai pemiliknya.

6) Kekayaan yang bersifat umum.

Termasuk zakat profesi, saham, obligasi, rezeki tidak terduga, undian, dan sebagainya.

Adapun jenis barang yang di zakatkan, batasan *nisab* zakat dan zakatnya dapat digambarkan kedalam tabel dibawah ini:

**Tabel II.1**  
**Jenis Barang, Nisab dan Jumlah Zakat<sup>28</sup>**

No.	Jenis Barang	Nisab	Zakat	Keterangan
1.	Ternak unta	5 - 9 ekor	1 kambing	Usia 2 tahun
		10 - 14 ekor	2 kambing	Usia 2 tahun
		15 - 19 ekor	3 kambing	Usia 2 tahun
		20 - 24 ekor	4 kambing	Usia 2 tahun
		25 - 35 ekor	1 unta	Usia 1 tahun
		36 - 45 ekor	1 unta	Usia 2 tahun
		45 - 60 ekor	1 unta	Usia 2 tahun
		61 - 75 ekor	1 unta	Usia 4 tahun
		76 - 90 ekor	2 unta	Usia 2 tahun
		91 - 120 ekor	2 unta	Usia 3 tahun
	Ternak kerbau	30 – 39 ekor	1 kerbau	Usia 2 tahun
		40 – 59 ekor	1 kerbau	
		60 – 69 ekor	2 kerbau	
		70 - 79 ekor	2 kerbau	

<sup>28</sup>Gustian Juanda, dkk., *Pelaporan Zakat Pengurang Pajak Penghasilan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), hlm. 22-29.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		80 - 89 ekor	2 kerbau	
	Ternak kambing	40 – 120 ekor 121 – 200 ekor 201 – 300 ekor	1 kambing betina 2 kambing betina 3 kambing betina	Usia 2 tahun
	Ternak sapi	30 - 39 ekor 40 - 59 ekor 60 - 69 ekor 70 - 79 ekor 80 - 89 ekor	1 sapi jantan/betina 1 sapi betina 2 sapi jantan/betina 2 sapi 2 sapi	Usia 1 tahun Usia 2 tahun
2.	Emas	20 misqal	2,5% = 0,5 misqal	20 misqal = 93,6 gr di luar perhiasan wajar
	Perak	200 dirham	2,5% = 5 dirham	200 dirham = 624 gr
	Perhiasan di luar kewajaran (simpanan)	20 misqal	2,5% = 0,5 misqal	
3.	Makanan Pokok	Lebih dari 5 wasaq = 200 dirham	1/10 irigasi alamiah 1/20 irigasi biaya	Setiap panen 1 wasaq = 40 dirham
4.	Buah-buahan	Lebih dari 5 wasaq = 200 dirham	1/10 irigasi alamiah 1/20 irigasi biaya	Setiap panen 1 wasaq = 40 dirham
5.	Perniagaan	Analog dengan emas 93,6 gram	2,5%	1 tahun dari awal perhitungan
6.	Profesi	Analog dengan emas 93,6 gram jika digunakan rata-rata 2,5%, setiap Rp. 1.000.000,- = Rp. 25.000,-	2,5% x Rp. 6.273.000,- = Rp. 155.930,00	Harga emas 1 gr = Rp. 64.500,- x Rp. 64.500,- = Rp. 6.237.000,-

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## f. Orang yang berhak menerima Zakat (Mustahiq)

Orang-orang yang berhak menerima zakat dapat di jelaskan dengan ayat Al-Qur'an surat at-Taubah ayat 60, sebagai berikut:

إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمَلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبُهُمْ  
وَفِي الرِّقَابِ وَالْغَرَمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَابْنِ السَّبِيلِ ۖ فَرِيضَةً مِّنَ  
اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ ﴿٦٠﴾

Artinya :

“sesungguhnya zakat itu hanyalah untuk orang-orangfakir, orang-orang miskin, amil zakat, yang dilunakkan hatinya (mu'allaf), untuk (memerdekakan) hamba sahaya, untuk (membebaskan) orang-orang yang berutang, untuk jalan Allah dan untuk orang-orang yang sedang dalam perjalanan, sebagai sesuatu kewajiban dari Allah. Alah Maha mengetahui lagi Maha bijaksana”.<sup>29</sup>

Menurut Saefudin Zuhri<sup>30</sup>, sebagaimana pendapat para ulama' dan ahli hukum Islam yang merujuk dalam Al-Qur'an mengenai orang-orang yang berhak menerima zakat adalah sebagai berikut:

### 1) Fakir

Fakir adalah orang yang secara ekonomi berada pada garis yang paling bawah. Orang yang sengsara hidupnya, tidak mempunyai harta dan tenaga untuk memenuhi hidupnya. Fakir ini tidak ada penghasilan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan pokoknya dalam sehari-hari.

<sup>29</sup> Kementerian Agama RI, *Op Cit.*, hlm. 264.

<sup>30</sup> Saefudin Zuhri, *Zakat Kontekstual*, (Semarang: Bima Sejati, 2000), hlm. 61.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut imam Hanafi, orang fakir adalah orang yang mempunyai harta kurang dari nisab, sekalipun dia sehat dan mempunyai pekerjaan. Menurut Imamiyah dan imam Maliki, orang fakir adalah orang yang tidak memiliki bekal belanja untuk menghidupi dirinya dan keluarganya dalam setahun. Sedangkan menurut imam Syafi'i dan imam Hambali orang fakir adalah orang yang tidak memiliki separoh dari kebutuhannya.<sup>31</sup>

## 2) Miskin

Miskin adalah orang yang mempunyai pekerjaan tetapi hasil yang diperoleh tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarga sehari-hari. Secara keseluruhan ia tergolong orang-orang yang masih tetap kerepotan dalam memenuhi kebutuhan pokoknya.

Menurut Imamiyah, Hanafi dan Maliki, orang miskin adalah orang yang keadaan ekonominya lebih buruk dari orang fakir. Menurut Hambali dan Syafi'i, orang fakir adalah orang yang keadaan ekonominya lebih buruk daripada orang miskin, karena yang dinamakan fakir adalah orang yang tidak mempunyai sesuatu atau orang yang tidak mempunyai separuh dari kebutuhannya, sedangkan orang miskin ialah orang yang memiliki separuh dari kebutuhannya. Maka yang separuh lagi dipenuhi dengan zakat.<sup>32</sup>

<sup>31</sup> Muhammad Jawad Mughniyah, *Fiqh al-Imam Ja'far al-Shadiq : 'Ardh wa Istidlal*, terjemahan Masykur A.B, Fiqh Ja'fari, Afif M, Idrus, , Cet. VI, (Jakarta : PT. Lentera Basritama, 1997), hlm. 189-190.

<sup>32</sup> Wahbah Al-Zuhayly, *Op. Cit.*, hlm. 281.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3) Amil (Panitia Zakat)

Amil adalah orang yang mendapatkan amanah untuk pengumpulan dan pembagian zakat.

Pengurus zakat adalah orang-orang yang melaksanakan segala kegiatan urusan zakat, mulai dari pengumpulan sampai kepada pembagiannya. Para panitia zakat (amil) mempunyai tugas dan pekerjaan yang berhubungan dengan pengaturan zakat, dimana mereka harus mensensus orang-orang yang wajib zakat dan macam zakat yang diwajibkan padanya serta besar harta yang harus dikeluarkan oleh muzaki dan dapat mengetahui siapa saja yang menjadi mustahik zakat, seperti berapa jumlah mereka, berapa kebutuhan mereka serta besar biaya yang dapat mencukupi dan hal-hal lain yang merupakan urusan yang perlu ditangani secara sempurna oleh para ahli dan petugas serta para pembantunya.<sup>33</sup>

### 4) Muallaf

*Muallaf* adalah orang kafir yang ada harapan masuk Islam, dan orang yang baru masuk Islam akan tetapi imannya masih lemah.

Para *Muallaf* yang dibujuk hatinya adalah orang-orang dari kaum kafir atau dari kaum muslimin yang diberi zakat bukan karena

<sup>33</sup> Yusuf Qardhawi, *Op. Cit.*, hlm. 546.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dia itu miskin, melainkan supaya orang-orang itu tertarik dengan Islam.<sup>34</sup>

#### 5) *Riqab* (para budak)

*Riqab* artinya adalah orang dengan status budak. Dalam pengertian ini dana zakat untuk kategori *riqab* berarti dana untuk usaha memerdekakan orang atau kelompok yang sedang tertindas dan kehilangan haknya untuk menentukan arah hidupnya sendiri.

Menurut jumhur ulama bagian ini diserahkan untuk memerdekakan budak yang telah mengadakan perjanjian dengan tuannya, kemudian baru untuk budak biasa. Akan tetapi, berbeda dengan ulama dari madzhab Maliki. Menurut mereka harta zakat itu berhak untuk budak secara umum karena mereka tidak membedakan antara budak mukatab dan budak biasa.<sup>35</sup>

#### 6) *Gharim* (orang yang memiliki hutang)

*Gharim* adalah orang yang tertindih hutang karena untuk kepentingan yang bukan maksiat dan tidak sanggup membayarnya.

Bagian zakat hanya mereka yang berhutang untuk kemaslahatan diri, bila mereka sendiri telah fakir atau telah jatuh miskin tak sanggup lagi membayarnya. Sedangkan jika berhutang karena

<sup>34</sup> Ayyub, Syakh Hasan, *Fikih Ibadah bi Idalatiha fil Islam*, Abdul Rasyad Shiddiq "Fikih Ibadah", ( Jakarta, PT: Pustaka Al-Kautsar, 2008), hlm. 566.

<sup>35</sup> Dahlan, Abdul Aziz, *Ensiklopedi Hukum Islam*, (Jakarta, PT. Intermasa: 1997), hlm. 1997.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kemaslahatan umum, maka ia boleh minta dari bagian ini untuk membayar hutangnya meskipun ia orang kaya.<sup>36</sup>

#### 7) *Fi Sabilillah* (orang yang berjuang di jalan Allah)

*Fi Sabilillah* yaitu orang yang berjuang di jalan Allah (untuk kepentingan membela agama Islam).

Berdasarkan riwayat yang shahih, yang dimaksud dengan *Fi Sabilillah* adalah semua jalan yang mengantarkan kepada Allah SWT, termasuk *Fi sabilillah* ialah para ulama yang bertugas membina kaum muslimin dalam urusan-urusan agama. Mereka juga mendapatkan bagian zakat baik kaya maupun miskin.<sup>37</sup>

#### 8) *Ibnu Sabil* (orang yang dalam perjalanan)

*Ibnu Sabil* yaitu orang yang kehabisan perbekalan ketika dalam perjalanan, yang mana berpergiannya bukan untuk melakukan maksiat. Mereka diberi bagian zakat sekedar untuk memenuhi kebutuhannya ketika hendak pergi ke negerinya, walaupun dia memiliki harta. Hukum ini berlaku pula terhadap orang yang merencanakan perjalanan dari negerinya sedang dia tidak membawa bekal, maka dia dapat diberi dari harta zakat untuk memenuhi biaya pergi dan pulangnya.<sup>38</sup>

<sup>36</sup>T.M. Hasby Ash Shiddieq, *Pedoman Zakat*, (Jakarta, PT. Bulan Bintang: 1984), hlm. 185.

<sup>37</sup> Hasan Ayyub, *Op. Cit.*, hlm. 571.

<sup>38</sup> Muhammad N Ar-Rifai, *Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir II*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1999), hlm. 624.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### g. Pengelolaan Zakat

Keberadaan organisasi pengelola zakat di Indonesia telah diatur dalam perundang-undangan, yakni UU No. 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat, Keputusan Menteri Agama No. 581 Tahun 1999 tentang Pelaksanaan UU No. 38 Tahun 1999 dan Keputusan Direktur Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Urusan Haji No. D/291 Tahun 2000 tentang Pedoman Teknis Pengelolaan Zakat. Peraturan bertujuan agar organisasi pengelola zakat dapat lebih profesional, amanah dan transparan sehingga dana yang dikelola dapat berdampak positif terhadap pemberdayaan dan kesejahteraan umat.<sup>39</sup>

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) merupakan badan resmi dan satu-satunya yang dibentuk oleh pemerintah berdasarkan Keputusan Presiden RI No. 8 Tahun 2001 yang memiliki tugas dan fungsi menghimpun dan menyalurkan zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) pada tingkat nasional.<sup>40</sup> BAZNAS Kabupaten/Kota dibentuk oleh Bupati/Wali Kota setelah mendapatkan pertimbangan dari BAZNAS. BAZNAS Kabupaten/Kota bertanggung jawab kepada BAZNAS Provinsi dan Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota.

Mengurus dana zakat memerlukan manajemen dan pengelolaan secara profesional agar potensi yang besar dapat memberi manfaat bagi

<sup>39</sup>Gustian Djuanda dkk, *Op. Cit.*, hlm. 3.

<sup>40</sup><http://pusat.baznas.go.id/profil/>, *Loc. Cit.*

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kaum *dhuafa*. Maka bagian terpenting dalam proses manajemen pengelolaan zakat adalah tahap alokasi dan pendistribusian dana zakat. Karena proses inilah yang langsung bersentuhan dengan sasaran penerima zakat.

Menurut Sholahuddin<sup>41</sup>, manajemen suatu organisasi pengelola zakat yang baik dapat di ukur dan dirumuskan dengan tiga kata kunci yang dinamakan *Good Organization Governance*, yaitu:

#### 1) Amanah

Sifat amanah merupakan syarat mutlak yang harus dimiliki oleh setiap amil zakat. Tanpa adanya sifat tersebut maka system akan hancur, sebagaimana sistem perekonomian Indonesia hancur disebabkan rendahnya moral dan tidak amanahnya pelaku ekonomi. Terlebih dana yang dikelola adalah dana umat yang secara esensi milik *mustahiq*.

#### 2) Profesionalitas

Hanya dengan profesionalitas yang tinggilah maka dana yang dikelola akan menjadi efektif dan efisien.

#### 3) Transparan

Dengan transparansi pengelolaan zakat, maka akan menciptakan suatu sistem kontrol yang baik, karena melibatkan pihak intern organisasi dan pihak *muzakki* maupun masyarakat luas.

<sup>41</sup>Sholahuddin, *Ekonomi Islam*, (Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2006), hlm. 236.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dengan transparansi maka rasa curiga dan ketidakpercayaan masyarakat akan dapat diminimalisir.

Menurut Muhammad Ridwan<sup>42</sup>, secara umum prinsip akuntansi sebuah lembaga amil harus memenuhi standar akuntansi pada umumnya, yakni:

1) *Accountability*

Yaitu pembukuan harus dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya, dengan bukti yang sah.

2) *Auditable*.

Yaitu pembukuan dapat dengan mudah dipahami oleh pihak pemakai laporan, mudah ditelusuri dan dapat dicocokkan.

3) *Simplicity*

Yaitu pembukuan disesuaikan dengan kepraktisan, sederhana dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan lembaga tanpa harus mengubah prinsip penyusunan laporan keuangan. Laporan keuangan sebuah lembaga pengelola zakat harus diterbitkan secara berkala, hal tersebut untuk meningkatkan kepercayaan *muzakki* maupun calon *muzakki*. Sehingga keyakinan dan kepercayaan *muzakki* terhadap citra lembaga tetap terjaga.

Zakat merupakan salah satu instrumen untuk mengentaskan kemiskinan, pemerataan pendapatan dan mempersempit kesenjangan

<sup>42</sup>Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Watamwil*, (Yogyakarta: UII Press, 2004), hlm. 225.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

antara kelompok kaya dan miskin. Maka melalui lembaga zakat diharapkan kelompok lemah dan kekurangan tidak lagi merasa khawatir terhadap kelangsungan hidupnya, karena substansi zakat merupakan mekanisme yang menjamin terhadap kelangsungan hidup mereka di tengah masyarakat, sehingga mereka merasa hidup di tengah masyarakat manusia yang beradab, kepedulian dan tradisi saling menolong.<sup>43</sup>

Dapat disimpulkan bahwa dalam pengelolaan zakat, para amil zakat/pengelola zakat haruslah *amanah*, profesionalitas dan transparan dan dalam pengelolaan keuangan haruslah akuntabel, auditabel dan sederhana, agar pengelolaan zakat dapat berjalan dengan baik dan penyalurannya efektif dan tepat sasaran.

## 2. Promosi

### a. Pengertian Promosi

Menurut Rambat Lupiyoadi<sup>44</sup> promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi

<sup>43</sup>Gustian Djuanda dkk., *Op. Cit.*, hlm. 16.

<sup>44</sup> Rambat Lupiyoadi, A.Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), hlm. 120.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Menurut Swastha dan Irawan<sup>45</sup> promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah untuk mengarahkan seorang atau organisasi terhadap tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

Menurut Tjiptono<sup>46</sup> promosi merupakan bentuk komunikasi pemasaran, artinya aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Menurut Sistaningrum<sup>47</sup> promosi adalah suatu upaya atau kegiatan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen aktual maupun konsumen potensial agar mereka mau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan, saat ini atau di masa yang akan datang.

Menurut Gitosudarmo<sup>48</sup> promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut.

<sup>45</sup> Swastha, Basu dan Irawan. *Asas-asas Marketing*. Yogyakarta: Liberty, 2005), hlm. 349.

<sup>46</sup> Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andy Offset, 2002), hlm. 219.

<sup>47</sup> Sistaningrum., *Loc. Cit.*

<sup>48</sup> Gitosudarmo, Indriyo. *Manajemen Pemasaran*, Edisi II, Cetakan VI, (Yogyakarta: BPFE, 2000), hlm. 237.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Kotler<sup>49</sup> promosi adalah bagian dan proses strategi pemasaran sebagai cara untuk berkomunikasi dengan pasar, dengan menggunakan komposisi bauran promosi (*promotional mix*).

Menurut Basu Swastha promosi adalah kegiatan memberitahu dan mempengaruhi pelanggan atas produk/jasa yang dihasilkan perusahaan. Promosi merupakan salah satu aspek penting karena promosi dapat menimbulkan rangkaian kegiatan selanjutnya dari perusahaan. Promosi tidak hanya bersifat memberitahukan, tetapi juga membujuk atau mempengaruhi konsumen, terutama konsumen potensial dengan menyatakan suatu produk lebih baik dibandingkan produk lainnya.<sup>50</sup>

Menurut Buchari Alma promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/ membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Promosi adalah salah satu unsur dalam *marketing mix* yang tidak dapat diabaikan dalam suatu proses penjualan. Dalam usaha menunjang penjualan suatu produk dan memperkenalkannya kepada orang lain atau konsumen, serta menarik konsumen untuk membeli

<sup>49</sup> Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Edisi XI, (Jakarta: Prehallindo, 2000), hlm. 119.

<sup>50</sup> Basu Swasta, *Manajemen Penjualan*, (Yogyakarta: BPFE, 2001), hlm. 25.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

produk, maka diperlukan suatu usaha untuk mempromosikan produk tersebut.<sup>51</sup>

Berdasarkan pengertian promosi menurut beberapa ahli, maka dapat disimpulkan bahwa promosi adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan informasi atau memperkenalkan suatu produk/jasa dari perusahaan agar pelanggan mengetahui dan mau membeli produk/jasa dari perusahaan tersebut.

#### b. Tujuan Promosi dan Fungsi Promosi.

Menurut Swastha<sup>52</sup>, tujuan promosi adalah untuk mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian. Promosi tidak hanya sekedar berkomunikasi ataupun menyampaikan informasi, tetapi juga menginginkan komunikasi mampu menciptakan suasana/keadaan dimana para pelanggan bersedia memilih dan memiliki produk. tujuan dan fungsi promosi adalah sebagai berikut :

##### 1) Memberikan Informasi.

Promosi dapat menambah nilai suatu barang dengan memberikan informasi kepada konsumen. Promosi dapat memberikan informasi baik tentang barangnya, harganya, ataupun

<sup>51</sup>Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2004), hlm. 179.

<sup>52</sup> Swastha, Basu. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Liberty, 2000), hlm. 245-246.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

informasi lain yang mempunyai kegunaan kepada konsumen. Tanpa adanya informasi seperti itu orang segan atau tidak akan mengetahui banyak tentang suatu barang. Dengan demikian promosi merupakan suatu alat bagi penjual dan pembeli untuk memberitahu kepada pihak lain tentang kebutuhan dan keinginan mereka, sehingga kebutuhan dan keinginan tersebut dapat dipengaruhi dengan mengadakan pertukaran yang memuaskan.

#### 2) Membujuk dan Mempengaruhi.

Promosi selain bersifat memberitahu juga bersifat untuk membujuk terutama kepada pembeli-pembeli potensial, dengan mengatakan bahwa suatu produk adalah lebih baik dari pada produk yang lainnya.

#### 3) Menciptakan Kesan (*Image*).

Promosi dapat memberikan kesan tersendiri bagi calon konsumen untuk produk yang diiklankan, sehingga pemasar menciptakan promosi sebaik-baiknya, misalnya untuk promosi periklanan (*advertising*) dengan menggunakan warna, ilustrasi, bentuk atau layout yang menarik.

#### 4) Promosi Merupakan Suatu Alat Mencapai Tujuan.

Promosi dapat digunakan untuk mencapai tujuan, yaitu untuk menciptakan pertukaran yang menguntungkan melalui komunikasi, sehingga keinginan mereka dapat terpenuhi. Dalam hal ini

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

komunikasi dapat menunjukkan cara-cara untuk mengadakan pertukaran yang saling memuaskan.

Sedangkan menurut Asri<sup>53</sup>, promosi mempunyai 3 (tiga) tujuan, yaitu :

a) Menginformasikan (*informing*).

Yaitu memberitahukan informasi selengkap-lengkapya kepada calon pembeli tentang barang yang ditawarkan, siapa penjualnya, siapa pembuatnya, dimana memperolehnya, harganya dan sebagainya. Informasi yang digunakan dapat diberikan melalui tulisan, gambar, kata-kata dan sebagainya, yang sesuai dengan keadaan.

b) Membujuk (*persuading*).

Yaitu membujuk calon konsumen agar mau membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Perlu ditekankan disini bahwasanya membujuk bukan berarti memaksa calon konsumen sehingga keputusan yang diambil justru keputusan yang negatif.

c) Mengingatn (*reminding*).

Mengingatn konsumen tentang adanya barang tertentu, yang dibuat dan dijual perusahaan tertentu, ditempat tertentu dengan harga yang tertentu pula. Konsumen kadang-kadang memang perlu diingatkan, bahwa karena mereka tidak ingin

<sup>53</sup> Asri, Marwan. *Marketing*, (Jakarta: Erlangga, 2003), hlm. 360.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bersusah payah untuk selalu mencari barang apa yang dibutuhkan dan dimana mendapatkannya.

### c. Promosi Lembaga/Pengelola Zakat.

Republika dan Rumah Zakat (RZ) sepakat untuk melakukan promosi bersama, perjanjian dengan menandatangani MoU (*Memorandum of Understanding*) atau nota kesepahaman yang ditandatangani oleh kedua belah pihak pada Kamis, 19 Januari 2017 di Kantor RZ, Jl. Turangga No. 33, Bandung. Pada kesempatan itu juga dihadiri oleh Rachmat Santosa Basarah sebagai Kepala Perwakilan Republika Jawa Barat, Indra sebagai Manajer iklan Republika, Kepala Pemasaran RZ Irvan Nugraha, dan Yesi Mariska Indira sebagai Kepala Divisi Pemasaran Strategis RZ. MoU ini sebagai sarana untuk memperkuat media publikasi untuk pemberdayaan yang dilaksanakan oleh Rumah Zakat, Pihak RZ dan Republika akan memperkuat kerja sama, baik dalam mempromosikan program sosial dan kemanusiaan termasuk iklan.<sup>54</sup>

Menurut Hamzah Johan<sup>55</sup>, pengelola zakat dapat memilih jenis promosi seperti apa yang sesuai untuk menawarkan ZIS (Zakat Infaq

<sup>54</sup> Rumah Zakat, “*Republika and RZ to Agree Conducting Joint Promotion*”, dikutip dari <https://www.rumahzakat.org/en/republika-dan-rz-sepakat-lakukan-promosi-bersama/>, diakses pada hari rabu tanggal 09 Januari 2019 jam 10.15 WIB.

<sup>55</sup> Hamzah Johan., *Loc. Cit.*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan Sedekah). Terdapat beberapa jenis promosi BAZNAS Kota Batam, dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel II.2**  
**Promosi BAZNAS Kota Batam**

No	Jenis Promosi	Penjelasan
1.	Periklanan ( <i>Advertising</i> )	Periklanan adalah suatu cara promosi untuk meningkatkan permintaan suatu produk, jasa, dan sebagainya.
2.	Tatap Muka ( <i>Personal Selling</i> )	Personal selling adalah salah satu bentuk promosi secara personal atau bertatap muka, disampaikan dalam presentasi lisan kepada calon muzaki untuk mengenalkan dan mengajak secara persuasif.
3.	Publisitas ( <i>Publicity</i> )	Publisitas adalah promosi yang bersifat nonpersonal terhadap suatu promo ZIS atau jasa yang bersifat komersial di dalam media yang dipublikasikan melalui televisi atau radio, dsb.
4.	Promosi Sales ( <i>Sales Promotion</i> )	Promosi Sales adalah salah satu jenis promosi yang dilakukan secara personal.
5.	Media Sosial Sebagai Tempat Promosi.	Membuat akun di media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, Line dan sebagainya untuk mengoptimalkan promosi ZIS.
6.	Menjadikan Calon Muzaki Sebagai Agen Promosi.	Ketika calon muzaki berpuas hati terhadap promo ZIS, maka secara tidak langsung BAZNAS akan mendapatkan agen promosi.
7.	Membentuk Kemitraan	Membangun jaringan kemitraan dengan lembaga atau produsen yang bukan pesaing kita seperti perbankan.
8.	Membuat Pertandingan/Festival.	Mengadakan kompetisi dengan konten ZIS.
9.	Menulis Liputan Berita Mengenai Profil dan	Mengisi kolom di surat kabar mengenai profil atau program

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	Program BAZNAS.	BAZNAS, beserta penjelasan dan kelebihan ZIS pada surat kabar yang pembacanya sesuai dengan target pasar yang dicari.
10.	Membuat <i>Website</i> atau Blog dengan Konten SEO ( <i>Search Engine Optimization</i> ).	Website atau blog dengan SEO akan meningkatkan <i>traffic</i> kunjungan calon muzaki terhadap <i>website</i> BAZNAS.
11.	Menggunakan Email Sebagai Sarana Promosi.	Dengan email, BAZNAS dapat mengantarkan detail promo ZIS, informasi terbaru kepada jutaan Calon Muzaki
12.	Menampilkan Testimonium dari <i>Public Figure</i> dan Muzaki.	Menampilkan testimonium dari penulis terkenal berupa kelebihan BAZNAS pada isi sebuah buku atau sampul depan buku.
13.	Promosi Memberi Kemudahan Bagi Calon Muzaki.	Memberikan kemudahan kepada muzakki dalam membayar zakat, seperti; penyediaan konter-konter zakat, jemput zakat, pembayaran online yang efektif dan pelayanan di kantor dengan cepat.
14.	Membuat Sistem <i>Membership</i> .	Membuat <i>membership</i> , seperti: kartu anggota yang disebut NPWZ (Nomor Peserta Wajib Zakat).
15.	Membuat Jingle dan Mars.	Jingle dan Mars yang khas dan mudah diingat menjadi salah satu cara promosi yang membedakan promo BAZNAS dengan yang lain.
16.	Aktif dalam Forum Organisasi.	Biasanya setiap organisasi memiliki forum sebagai wadah komunikasi. Hal ini penting untuk mendapatkan <i>link</i> , memudahkan kerja sama dan mendapatkan semangat membara dari para aktivis zakat lainnya.
17.	Membuat Iklan Menarik di TV atau YouTube.	Membuat iklan melalui TV atau melalui media YouTube.
18.	Membuat Brosur, Flyer, Banner atau Sisipkan Promo ZIS dalam Kalender.	Pembuatan brosur dan sebagainya dalam sebuah event besar yang dihadiri banyak orang. Menyisipkan gambar promo ZIS di kalender juga merupakan sebuah upaya hipnotis secara halus ketika Calon Muzaki melihat kalender itu setiap hari.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

19.	Kegiatan Sosial/CSR ( <i>Corporate Social Responsibility</i> ).	Membuat kegiatan sosial dalam masyarakat dapat meningkatkan penghimpunan ZIS, selain mengasah kepedulian terhadap sosial.
20.	Ikut dan Menangkan Penghargaan.	Dengan mengikuti kontes, maka akan mendapatkan banyak pengalaman dalam mempromosikan ZIS, dan jika mendapat Zakat Award, tentu akan banyak yang meliput, baik itu surat kabar ataupun berita, sehingga membuat masyarakat lebih mengenal BAZNAS dan dapat menumbuhkan kepercayaan mereka berzakat di BAZNAS.
21.	Buat sistem <i>free shipping</i> .	Menawarkan sistem <i>free shipping</i> (implementasinya; jika tidak mau bayar zakatnya, silahkan berinfaq dan bersedekah), sehingga penghimpunan ZIS tetap berjalan.
22.	Buat Iklan Baris di Koran.	Mempromosikan BAZNAS melalui iklan baris di surat kabar.
23.	Jadi Pembicara dalam Talkshow atau Iklan di Radio.	Mengikuti talkshow di radio. Segmen pendengar setia radio tentu akan mendengarkan dan mempertimbangan promo ZIS untuk dipedomani dan dijalankan.
24.	Mendekati Pelanggan Melalui SMS/WA dan Telepon.	Telepon dan SMS/WA menjadi lini lain yang potensial untuk menjadi sarana promosi.
25.	Simpan Database Calon Muzaki dengan Rapi.	Data Calon Muzaki harus disimpan dengan rapi karena akan sangat berguna untuk <i>follow up</i> promosi yang berkelanjutan.
26.	Mengikuti Pameran.	Memperluas jaringan dan promosi ZIS dengan mengikuti pameran.
27.	Bangun Citra Lembaga dengan Desain Logo, Company Profile, Kartu Nama Yang Menarik.	Menyiapkan logo dan lain-lain agar <i>eye catching</i> saat Calon Muzaki melihatnya.
28.	Survei Pelanggan.	Survei Calon Muzaki untuk mengevaluasi apakah promosi yang telah dijalankan berhasil, atau



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		terdapat saran dan kritik untuk memperbaiki promosi di kemudian hari.
--	--	---

Sumber : Data Olahan Tahun 2018

#### d. Indikator Promosi.

Menurut Kotler<sup>56</sup> ada 4 (empat) indikator promosi yaitu :

##### a) Periklanan (*Advertising*)

Periklanan merupakan sarana promosi yang digunakan dengan tujuan untuk membangun kesadaran (*awareness*) terhadap keberadaan produk/jasa yang ditawarkan, menambah pengetahuan konsumen tentang produk/jasa yang ditawarkan, membujuk calon konsumen untuk menggunakan produk/jasa yang ditawarkan serta untuk membedakan antara badan jasa satu dengan badan jasa lainnya (*differentiate the service*). Media yang dapat digunakan seperti pemasangan billboard di jalan-jalan strategis, pencetakan brosur baik disebar di setiap cabang atau pasar pembelanjaan, pemasangan spanduk, melalui koran, majalah, radio, televisi, dan media lainnya.

##### b) Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

*Personal Selling* lebih banyak dilakukan oleh petugas *customer service*. Dalam hal ini *customer service* memegang

<sup>56</sup> Kotler, *Prinsip - prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2002), hlm. 96.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

peranan sebagai pembinaan hubungan dengan masyarakat atau *public relation*.

c) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan adalah semua kegiatan yang dimaksudkan untuk meningkatkan arus produk dan jasa dari produsen sampai pada penjualan akhirnya.

d) Publisitas (*Publicity/Public Relation*)

Publisitas merupakan kiat pemasaran produk/jasa perusahaan yang tidak mengharuskan perusahaan berhubungan hanya dengan konsumen tetapi juga mengharuskan untuk berhubungan dengan kumpulan kepentingan publik yang lebih besar. Publisitas ini menjadi kegiatan promosi untuk memancing konsumen melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial, *events* serta mensponsori beberapa acara. Kegiatan publisitas ini dimaksudkan untuk membangun *image*, mendukung aktivitas komunikasi lainnya, mengatasi permasalahan dan isu yang ada, meningkatkan dan memperkuat pamor perusahaan, mempengaruhi publik secara spesifik serta mengadakan *launching* untuk produk/jasa baru yang ditawarkan perusahaan. Oleh karena itu, kegiatan publisitas perlu dilakukan lebih sering tetapi dengan tetap mempertimbangkan hal-hal tertentu seperti biaya yang diperlukan dan juga konsumen yang ditargetkan.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Swastha dan Irawan<sup>57</sup>, alat-alat yang digunakan dalam promosi yang terdiri dari :

a) Periklanan (*Advertising*)

Periklanan (*Advertising*) adalah salah satu dari kegiatan variasi promosi yang digunakan untuk mengkombinasikan barang atau jasanya dengan pembeli dan masyarakat yang ditargetkan. Periklanan (*Advertising*) merupakan salah satu alat dari variasi promosi yang populer. Tujuan dari Periklanan (*Advertising*) yaitu menjual atau meningkatkan penjualan dengan menyampaikan informasi tentang barang atau jasa.

b) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan adalah kumpulan alat-alat intensif yang beragam, sebagian besar berjangka pendek, dirancang untuk mendorong pembelian suatu produk atau jasa cepat dan atau lebih besar oleh konsumen atau pedagang. Kegiatan penjualan yang bersifat jangka pendek dan tidak dilakukan dengan berulang-ulang serta tidak rutin yang ditujukan untuk mendorong lebih cepat respon pasar. Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah konsumen. Promosi penjualan dapat dilakukan melalui pemberian diskon, kontes, kupon atau sampel produk.

<sup>57</sup> Swastha, Basu dan Irawan. *Loc. Cit.*

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c) Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Pemasaran langsung adalah sistem pemasaran interaktif yang menggunakan satu atau lebih media iklan untuk menghasilkan tanggapan dan atau transaksi yang dapat diukur pada suatu lokasi. Tujuan pemasaran langsung adalah untuk mengkomunikasikan produk atau jasa secara langsung kepada konsumen yang dianggap memiliki potensial yang tinggi. Kegiatan pemasaran langsung ini juga dilaksanakan dengan keterukuran agar jelas usaha mana yang berhasil dan mana usaha yang gagal.

Menurut Lovelock dkk<sup>58</sup>, indikator promosi adalah sebagai berikut:

a) Periklanan (*advertising*)

Periklanan (*advertising*) adalah beragam pilihan media iklan berbayar sudah tersedia, meliputi penyiaran (TV dan radio), cetak (majalah dan koran), bioskop, dan berbagai media luar ruangan lainnya (poster, reklame, papan pesan elektronik, badan bus kota dan sepeda).

b) Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)

Hubungan masyarakat (*public relation*) merupakan upaya untuk menstimulusi minat positif dalam organisasi dan produknya dengan memberikan rilis berita, mengadakan konferensi pers,

<sup>58</sup> Lovelock, Cristhoper., dkk. *Pemasaran Jasa*, (Erlangga, Jakarta, 2010), hlm. 204-207.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penyelenggaraan *event* khusus, dan mensponsori kegiatan yang bisa diliput media yang dilakukan oleh pihak ketiga

c) Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*).

Pemasaran langsung mencakup sarana-sarana seperti surat, email, dan pesan teks.

d) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*).

Promosi penjualan adalah sebagai komunikasi yang disertai dengan suatu insentif. Promosi penjualan biasanya terbatas pada periode waktu tertentu, harga, atau kelompok pelanggan, terkadang ketiganya.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan indikator promosi menurut Kotler yaitu terdiri dari : periklanan (*Advertising*), penjualan pribadi (*Personal Selling*), promosi penjualan (*Sales Promotion*) dan publisitas (*Publicity/Public Relation*).

e. **Promosi dan Sosialisasi.**

Untuk mengenalkan lembaga zakat kepada masyarakat luas diperlukannya sosialisasi dan promosi yang tepat agar masyarakat dapat mengetahui, percaya dan akhirnya mau membayar zakatnya melalui lembaga zakat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam tabel ini akan dijelaskan perbandingan dari sosialisasi dilihat dari pengertian dan indikatornya, penjelasannya adalah sebagai berikut :

**Tabel II.3**  
**Perbandingan Sosialisasi dan Promosi**

No	Variabel	Promosi	Sosialisasi
1.	Pengertian	Menurut Tjiptono <sup>59</sup> promosi merupakan bentuk komunikasi pemasaran, artinya aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.	Sosialisasi menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah upaya memasyarakatkan sesuatu sehingga menjadi dikenal, difahami, dan dihayati oleh masyarakat. <sup>60</sup>
2.	Indikator	Menurut Kotler <sup>61</sup> ada 4 (empat) indikator promosi yaitu : <b>a. Periklanan (Advertising).</b> Periklanan merupakan sarana promosi yang digunakan dengan tujuan untuk membangun kesadaran terhadap keberadaan produk/jasa yang	Menurut Uut Wahyudin dalam Hakim dan Ningsih <sup>62</sup> , indikator sosialisasi adalah sebagai berikut : <b>a. Conditioning.</b> Proses ini terjadi melalui keadaan lingkungan yang menyebabkan individu

<sup>59</sup> Tjiptono., *Loc. Cit.*

<sup>60</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008)), Ed.4, Cet ke-1, hlm.1331

<sup>61</sup> Kotler., *Loc. Cit.*

<sup>62</sup> Uud Wahyudin, "Sosialisasi Zakat untuk Menciptakan Kesadaran Berzakat Umat Islam", Jurnal Masyarakat dan Filantropi Islam, Vol. 1, No. 1, November 2018, hlm. 18.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	<p>ditawarkan, menambah pengetahuan konsumen tentang produk/jasa yang ditawarkan, membujuk calon konsumen untuk menggunakan produk/jasa yang ditawarkan serta untuk membedakan antara badan jasa satu dengan badan jasa lainnya.</p> <p><b>b. Penjualan Pribadi (<i>Personal Selling</i>).</b>  <i>Personal Selling</i> lebih banyak dilakukan oleh petugas <i>customer service</i>. Dalam hal ini <i>customer service</i> memegang peranan sebagai pembinaan hubungan dengan masyarakat atau <i>public relation</i>.</p> <p><b>c. Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)</b>        Promosi penjualan adalah semua kegiatan yang dimaksudkan untuk meningkatkan arus produk dan jasa dari produsen sampai pada penjualan akhirnya.</p> <p><b>d. Publisitas (<i>Publicity/Public Relation</i>)</b>        Publisitas merupakan kiat pemasaran produk/jasa perusahaan yang tidak</p>	<p>mempelajari pola kebudayaan yang fundamental, seperti bahasa, cara berjalan, cara duduk, cara makan, dan tingkah laku lainnya.</p> <p><b>b. Komunikasi</b>        Proses sosialisasi dapat terwujud melalui komunikasi dan interaksi. Manfaat komunikasi adalah untuk memperoleh pengalaman-pengalaman hidup, kebiasaan-kebiasaan yang menjadi bekal pergaulan, sehingga individu sadar akan dirinya sebagai pribadi yang tidak terlepas dari kedudukannya sebagai anggota masyarakat.</p>
--	---	---

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		mengharuskan perusahaan berhubungan hanya dengan konsumen tetapi juga mengharuskan untuk berhubungan dengan kumpulan kepentingan publik yang lebih besar.	
--	--	---	--

Sumber : Data Olahan Tahun 2018.

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwasanya promosi adalah bagian dari sosialisasi dan jika seseorang, perusahaan/lembaga melakukan promosi maka secara tidak langsung ia juga melakukan sosialisasi. Sosialisasi dilakukan agar masyarakat dapat mengenal, memahami dan menghayati kepada suatu produk barang atau jasa, sedangkan promosi mempunyai tujuan bukan hanya untuk mengenalkan/memberi informasi tentang produk barang/jasa, akan tetapi juga mempengaruhi/membujuk calon pelanggan/konsumennya agar mau membeli/menggunakan dan loyal terhadap produk/jasa yang di promosikan.

Pada saat ini promosi tidak hanya di gunakan oleh lembaga profit seperti bank, penggadaian dan lainnya, akan tetapi bisa juga digunakan kepada lembaga non-profit seperti lembaga zakat termasuk BAZNAS, dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah penerimaan dana sehingga dapat menyalurkannya kepada mustahik lebih banyak dan lebih luas, sebagaimana yang dikatakan oleh Ketua Umum Badan

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Prof. Dr. Didin Hafiduddin<sup>63</sup> potensi zakat di Indonesia bisa menembus angka Rp 217 triliun, ia menekankan perlunya promosi zakat yang lebih masif, dan ia meyakini langkah promosi dapat membantu meningkatkan zakat terhimpun dari tahun ke tahun. Pada 2011, capaian zakat mencapai Rp 1,73 triliun dan pada 2012 capaian zakat terus meningkat hingga Rp 2,73 triliun. Dengan demikian, promosi harus terus ditempuh agar potensi zakat dapat tercapai. Menurut Hamzah Johan<sup>64</sup> Promosi adalah sesuatu yang mutlak dilakukan dalam dunia bisnis dan perzakatan.

Berdasarkan uraian dan penjelasan di atas dapat di simpulkan bahwa penelitian ini lebih tepat menggunakan variabel promosi dibandingkan menggunakan variabel promosi.

#### f. Hubungan Promosi dengan Minat.

Menurut Lupiyoadi<sup>65</sup> menyatakan bahwa : “promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh suatu perusahaan dalam memasarkan produk maupun jasa.”

Promosi merupakan aktivitas mengkomunikasikan keunggulan produk serta membujuk konsumen untuk membelinya. Peran promosi adalah menghasilkan pertukaran yang saling memuaskan dengan pasar

<sup>63</sup> Didin Hafiduddin., *Loc. Cit.*

<sup>64</sup> Hamzah Johan., *Loc. Cit.*

<sup>65</sup> *Ibid.*, hlm. 120.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang dituju melalui informasi mendidik, membujuk, atau mengingatkan mereka akan manfaat suatu organisasi atau suatu produk.<sup>66</sup>

Fandy Tjiptono<sup>67</sup> menyatakan bahwa : “promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran.” Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan meningkatkan pasar sasaran atau perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal terhadap produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan, sehingga perusahaan harus melakukan kegiatan promosi dengan memakai berbagai media misalnya iklan, brosur, publisitas, dan *personal selling*.

Dapat diketahui bahwa hubungan promosi dengan minat erat hubungannya dengan keberhasilan suatu perusahaan, karena promosi adalah suatu cara yang dilakukan oleh perusahaan yang bertujuan untuk memberikan informasi dan menarik pelanggan agar ia berminat untuk membeli atau menggunakan barang/jasa yang ditawarkan. Jika promosi yang dilakukan perusahaan sesuai dan berhasil maka akan menarik banyak konsumen.

<sup>66</sup>Kotler P. dan G. Amstrong, *Manajemen Pemasaran*, cet. XIII, Jilid II, (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm. 74.

<sup>67</sup>Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), hlm. 219.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### g. Promosi dalam Perspektif Islam

Istilah promosi dalam hukum Islam dikenal dengan sebutan *al-hawafiz al-muraghghibah fi al-shira'*. Secara bahasa *al-hawafiz al-muraghghibah fial-shira'* diartikan sebagai segala sesuatu yang mendorong atau menarik minat (membujuk) orang lain untuk membeli.<sup>68</sup>

Promosi bagi perusahaan yang berdasarkan syariah haruslah menggambarkan secara riil apa yang ditawarkan dari produk-produk atau *service-service* perusahaan tersebut. Promosi yang tidak sesuai dengan kualitas atau kompetensi, contohnya promosi yang menampilkan imajinasi yang terlalu tinggi bagi konsumennya, adalah termasuk dalam praktik penipuan dan kebohongan. Untuk itu, promosi yang semacam tersebut sangat dilarang dalam syariah marketing.<sup>69</sup>

Usaha-usaha yang dilakukan oleh seseorang dalam melakukan promosi tentunya bermacam-macam, mulai dari cara yang biasa-biasa saja sampai cara yang cukup luar biasa. Mulai dari ala kadarnya sampai yang didesain sedemikian rupa, apalagi di zaman yang sudah canggih ini tentunya sarana dan pra-sarana yang ada untuk melakukan promosi produk tentunya semakin mudah. Sehingga sebagai seorang muslim, usaha-usaha tersebut memerlukan batasan dan patokan agar

<sup>68</sup>Khalid bin Abd Allah al-Muslih, *al-Hawafiz al-Tijariyah*, (t.t.p: t.p., t.t.), hlm. 9.

<sup>69</sup>Hermawan, Kartajaya, *Hermawan Kartajaya On Marketing Mix Seri 9Elemen Marketing*, (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006), hlm. 178.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tidak bertentangan dengan tujuan syari'at Islam secara umum, yaitu untuk mewujudkan kemaslahatan dan menghilangkan kerusakan bagi ummat manusia.<sup>70</sup>

### 3. Kualitas Layanan

#### a. Pengertian Kualitas Layanan

Beberapa definisi umum yang diberikan oleh beberapa pakar kualitas layanan, sebagai berikut : Menurut Josep M Juran<sup>71</sup> bahwa kualitas layanan adalah kecocokan untuk pemakaian (*fitness for use*). Definisi ini menekankan kepada pemenuhan harapan pelanggan.

- 1) Menurut Taguchi<sup>72</sup> kualitas layanan adalah kerugian yang ditimbulkan oleh suatu produk bagi masyarakat setelah produk tersebut dikirim, selain kerugian-kerugian yang disebabkan fungsi intrinsik produk.
- 2) Menurut Zethami, Berry dan Parasuraman<sup>73</sup> kualitas layanan yang dirasakan didefinisikan sebagai “Penilaian konsumen terhadap keseluruhan keunggulan produk, sedangkan kualitas layanan yang dirasakan merupakan pertimbangan global yang berhubungan dengan superioritas dari pelayanan”.

<sup>70</sup> Tajun Nashr, “Konsep Promosi Produk menurut Perspektif Hukum Islam”, dikutip dari <https://rumahfiqih.com/fikrah-473-konsep-promosi-produk-menurut-perspektif-hukum-islam.html>, diakses tanggal 26 april 2018 jam 22.37 WIB.

<sup>71</sup> Tjiptono, Fandi dan Diana Anastasia, *Op. Cit.*, hlm. 11.

<sup>72</sup> Tjiptono, Fandi dan Diana Anastasia, *Ibid.*, hlm. 12.

<sup>73</sup> Tjiptono, Fandi dan Diana Anastasia, *Loc. Cit.*

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 3) Menurut Goetsh dan Davis<sup>74</sup> kualitas layanan merupakan “Suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”.
- 4) Menurut Rambat Lupiyodi kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri dan karakteristik dari suatu produk/jasa dalam memenuhi kebutuhan dan selera pelanggan.<sup>75</sup>

Dari beberapa definisi kualitas layanan yang dipaparkan oleh beberapa ahli dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu produk/jasa untuk memenuhi keinginan dan harapan konsumen.

### b. Indikator Kualitas Layanan

Fandy Tjiptono<sup>76</sup> membagi kualitas layanan menjadi lima dimensi yaitu:

- 1) Bukti langsung (*tangibles*) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
- 2) Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
- 3) Daya tanggap (*responsiveness*) merupakan keinginan para staf untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

<sup>74</sup>Tjiptono, Fandi dan Diana Anastasia, *Ibid.*, hlm. 51.

<sup>75</sup>Rambat Lupiyodi, *Op. Cit.*, hlm. 144.

<sup>76</sup>Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2000), hlm. 70.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4) Jaminan (*assurance*) mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf. Selain itu jaminan juga diartikan sebagai bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.

5) Empati (*empathy*) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan konsumen.

Kemudian dikemukakan pula oleh Moenir dalam Tangkilisan<sup>77</sup> agar pelayanan dapat memuaskan orang atau kelompok orang yang dilayani, maka pelaku yang bertugas melayani harus memenuhi empat kriteria pokok yaitu sebagai berikut:

- 1) Tingkah laku yang sopan.
- 2) Cara menyampaikan sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang bersangkutan.
- 3) Waktu menyampaikan yang tepat.
- 4) Keramahtamahan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan indikator kualitas layanan dari Fandy Tjiptono yaitu : bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.

<sup>77</sup> Tangkilisan, Hesar Nogi S. *Manajemen Publik*, (Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana, 2005), hlm. 208.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### c. Hubungan Kualitas Layanan dengan Minat

Kualitas layanan merupakan tingkatan kondisi baik buruknya sajian yang diberikan oleh suatu perusahaan terhadap konsumen, dalam rangka memutuskan untuk menggunakan produk suatu perusahaan. Hal ini sesuai dengan yang di kemukakan oleh Kotler bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, salah satunya adalah kualitas pelayanan yang diberikan.<sup>78</sup>

Baik buruknya kualitas pelayanan bisa menjadi tanggung jawab seluruh bagian organisasi perusahaan. Oleh sebab itu, baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.<sup>79</sup>

### d. Kualitas Layanan dalam Perspektif Islam.

Menurut Toto Tasmara,<sup>80</sup> perinsip-perinsip pelayanan prima dalam Islam antara lain adalah:

- 1) Melayani itu ibadah sehingga harus ada cinta dan ikhlas dalam hati;
- 2) Ketika melayani seseorang, memberi dahulu dan anda akan menerima;
- 3) Mengerti orang lain dahulu sebelum dimengerti orang lain;

<sup>78</sup>Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*. Jilid. I, (Jakarta: Erlangga, 2001), hlm. 206.

<sup>79</sup>Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, cet. I, (Yogyakarta: Andi Offset, 2001), hlm. 24.

<sup>80</sup>Toto Tasmara, *Membudayakan Etos Kerja Islami*, (Jakarta: Gema Insani, 2002), hlm.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 4) Bahagiakan orang lain terlebih dahulu, kelak anda akan menerima kebahagiaan melebihi dari apa yang anda harapkan;
- 5) Menghargai orang lain sebagaimana anda ingin dihargai;
- 6) Berilah *empaty* yang sangat dalam dan tumbuhkan sinergi.

Hermawan Kertajaya dan Syakir Sula<sup>81</sup>, dalam Syariah Marketing mengatakan, pelayanan adalah merupakan salah satu sikap, pekerjaan dan tanggungjawab yang harus dilakukan oleh seorang marketing (pemasar atau dapat juga disebut penjual). Dalam hal ini yang dimaksud adalah tentang marketing yang menjiwai nilai-nilai spiritual. Dalam hal ini yang dimaksud adalah tentang *marketing* yang menjiwai nilai-nilai *spiritual*. Salah satu contoh penerapan *spiritual marketing* adalah yang dilakukan Pondok Pesantren Daarut Tauhid pimpinan KH. Abdullah Gymnastiar (Aa' Gym), dimana beliau selalu menganjurkan agar kita mampu memberikan kebahagiaan kepada setiap orang yang terlibat dalam bisnis, baik diri sendiri, pelanggan, pemasok, distributor, pemilik modal dan bahkan pesaing kita. Kita harus mencintai pelanggan sekaligus harus menghargai pesaing. Bisnis berlandaskan syariah sangat mengedepankan sikap dan perilaku yang simpatik, selalu bersikap bersahabat dengan orang lain dan orang lain pun mudah bermitra dengannya. Sikap melayani merupakan sikap utama dari seorang pemasar, tanpa sikap melayani, yang melekat dalam

<sup>81</sup> Hermawan Kartajaya dan Muammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: Mizan, 2006), hlm 16-17.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kepribadiannya, dia bukan seorang yang berjiwa pemasar. Melekat dalam sikap melayani ini adalah sikap sopan, santun, dan rendah hati. Orang yang beriman diperintahkan bermurah hati, sopan, dan bersahabat saat berelasi dengan mitra bisnisnya.

Sebagaimana firman Allah SWT dalam *Al Quran Surat Al Baqoroh* ayat 83:<sup>82</sup>

وَإِذْ أَخَذْنَا مِيثَاقَ بَنِي إِسْرَءِيلَ لَا تَعْبُدُونَ إِلَّا اللَّهَ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَذِي  
الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا  
الزَّكَاةَ ثُمَّ تَوَلَّيْتُمْ إِلَّا قَلِيلًا مِّنْكُمْ وَأَنتُمْ مُّعْرِضُونَ ﴿٨٣﴾

Artinya :

Dan (ingatlah), ketika Kami mengambil janji dari Bani Israil (yaitu): janganlah kamu menyembah selain Allah, dan berbuat kebaikanlah kepada ibu bapa, kaum kerabat, anak-anak yatim, dan orang-orang miskin, serta ucapkanlah kata-kata yang baik kepada manusia, dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat. kemudian kamu tidak memenuhi janji itu, kecuali sebahagian kecil daripada kamu, dan kamu selalu berpaling.

#### 4. Minat.

##### a. Pengertian Minat

Dilihat dari segi bahasa minat adalah sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah atau keinginan.<sup>83</sup> Minat merupakan kecenderungan untuk menentukan pilihan aktivitas. Dalam ensiklopedia

<sup>82</sup> Kementerian Agama RI, *Op. Cit.*, hlm. 15.

<sup>83</sup> Tim Penyusun Kamus, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1990), cet Ke-3, hlm. 583.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

umum disebutkan bahwa minat adalah kecendrungan bertingkah laku yang terarah pada obyek kegiatan atau pengalaman tertentu.<sup>84</sup>

WJS. Poerwadarminta dalam kamus bahasa Indonesia menyatakan bahwa minat adalah perkataan atau ungkapan, kesukaan (kecendrungan hati) kepada sesuatu.<sup>85</sup>

Pengertian Minat menurut istilah, menurut beberapa para ahli psikologi adalah sebagai berikut :

- 1) Menurut Mahfudh Shalahudin, minat adalah perhatian yang mengandung unsur-unsur perasaan, minat adalah suatu sikap yang menyebabkan seseorang berbuat aktif dalam suatu pekerjaan.<sup>86</sup>
- 2) Menurut Alisuf Sabri minat adalah suatu kecendrungan untuk selalu memperhatikan dan mengingat sesuatu secara terus menerus.<sup>87</sup>
- 3) Menurut Muhibbin Syah minat adalah kecendrungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu.<sup>88</sup>
- 4) Slameto berpendapat minat adalah suatu rasa lebih suka dalam rasa keterikatan pada suatu hal atau aktifitas tanpa ada yang menyuruh.<sup>89</sup>

<sup>84</sup> Hasan Shadly, *Ensiklopedi Umum*, (Jakarta : Ictiar-Van Hoeve, 1983), Jilid IV, hlm. 2252.

<sup>85</sup> W.J.S. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: PN. Balai Pustaka, 1984), hlm. 650.

<sup>86</sup> Mahfudh Shalahuddin, *Pengantar Psikologi Pendidikan*, (Surabaya: PT Bina Ilmu, 1990), hlm. 95.

<sup>87</sup> Alisuf Sabri, *Psikologi Pendidikan*, cet. 2, (Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, 1990), hlm. 84.

<sup>88</sup> Muhibbin Syah, *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru*, cet. 6, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), hlm. 136.

<sup>89</sup> Slameto, *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*, cet. 4, (Jakarta: PT Adi Mahasatya, 2002), hlm. 180.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5) Crow & Crow menyatakan bahwa minat atau interest bisa berhubungan dengan daya gerak yang mendorong kita untuk cenderung atau merasa tertarik pada orang, benda, kegiatan, ataupun bisa berupa pengalaman yang efektif yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri.<sup>90</sup>

6) Menurut Abu Ahmadi minat adalah sikap jiwa seseorang termasuk ketiga fungsi (kognisi, konasi dan emosi) yang tertuju pada sesuatu dan dalam hubungan itu unsur perasaan yang terkuat.<sup>91</sup>

Definisi minat dapat didefinisikan berbeda-beda oleh beberapa orang ahli namun memiliki tujuan dan arti yang sama, mereka mendefinisikan tentang minat sesuai dengan pandangan dan disiplin keilmuannya masing-masing. Berdasarkan pengertian minat dari beberapa ahli tersebut dapat di simpulkan bahwa minat adalah dorongan yang kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu untuk mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya.

### b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat menurut Crow dan Crow<sup>92</sup> antara lain:

<sup>90</sup>L.Crow & A. Crow, *Loc. Cit.*, hlm. 302.

<sup>91</sup>Abu Ahmadi, *Psikologi Umum*, Edisi Revisi, (Jakarta: Rieneka Cipta, 2009), hlm. 148.

<sup>92</sup>Abror, Abdurrohman, *Psikologi Pendidikan*, (Yogyakarta: Tiara Wacana Yogya, 1993), hlm. 112.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 1) Faktor dorongan atau keinginan dari dalam, yaitu dorongan atau untuk menghasilkan sesuatu yang baru atau berbeda yang akan keinginan yang berasal dari dalam diri seseorang merupakan rasa ingin tahu, atau dorongan menimbulkan minat tertentu. Termasuk di dalamnya berkaitan dengan faktor-faktor biologis yaitu faktor-faktor yang berkaitan dengan kebutuhan-kebutuhan fisik mendasar.
- 2) Faktor motif sosial, yaitu motif yang dikarenakan adanya hasrat yang berhubungan dengan faktor dari diri seseorang sehingga menimbulkan minat tertentu. Faktor ini menimbulkan seseorang menaruh minat terhadap suatu aktifitas agar dapat diterima atau diakui oleh lingkungan termasuk di dalamnya faktor status sosial, prestise (kehormatan/kedudukan/harga diri/pamor).
- 3) Faktor emosional, yaitu motif yang berkaitan dengan perasaan emosi yang berupa dorongan-dorongan, motif-motif, respon-respon emosional dan pengalaman-pengalaman yang diperoleh individu.

**c. Indikator Minat.**

Lucas dan Britt dalam Natali mengatakan bahwa ada beberapa indikator yang terdapat pada minat beli, antara lain:<sup>93</sup>

<sup>93</sup>Natali, *Perspektif Manajemen dan Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi, 2008), hlm.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 1) Ketertarikan (*interest*) yaitu yang menunjukkan adanya pemusatan dan perasaan senang.

Tertarik berarti pesan yang disampaikan menimbulkan perasaan ingin tahu, ingin mengamati, dan ingin mendengar serta melihat lebih seksama. Hal tersebut terjadi karena adanya minat yang menarik perhatian konsumen akan pesan yang ditunjukkan.<sup>94</sup>

- 2) Keinginan (*desire*) yaitu yang ditunjukkan dengan adanya dorongan untuk ingin memiliki.

Pemikiran terjadi dari adanya keinginan ini, berkaitan dengan motif dan motivasi konsumen dalam membeli suatu produk. Motif pembelian dibedakan menjadi dua, yaitu motif rasional dan emosional. Hal ini di mana motif rasional mempertimbangkan konsumen akan keuntungan dan kerugian yang didapatkan, sedangkan motif emosional terjadi akibat emosi akan pembelian produk.<sup>95</sup>

- 3) Keyakinan (*conviction*) yaitu yang di tunjukkan dengan adanya perasaan percaya diri individu terhadap kualitas, daya guna dan keuntungan dari produk yang akan dibeli.

<sup>94</sup> Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 178.

<sup>95</sup> Kotler., *Loc. Cit.*



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## B. Tinjauan Penelitian yang Relevan.

Beberapa penelitian yang relevan dengan peneliti tulis saat ini, dapat dilihat dalam tabel berikut ini :

**Tabel II.3**  
**Penelitian Yang Relevan**

N o	NAMA	JUDUL	VARIABEL X	VARIABEL Y	SUMBER
1.	Feri Setiawan (2017)	Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan dan Reputasi Terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat Profesi	Religiusitas, Kepercayaan dan Reputasi	Minat	Tesis Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta
2.	Rusdianto (2016)	Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Religiusitas terhadap Minat Masyarakat Menjadi Muzakki pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) Dompot Dhuafa	Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Religiusitas	Minat	Universitas Negeri Sultan Syarif Hidayatullah Jakarta
3.	Teza Sintina, Neneng Nurhasanah dan Nurdin (2017)	Pengaruh Pengetahuan dan Kepercayaan terhadap Minat Membayar Zakat di Sinergi Foundation Kota Bandung	Pengetahuan, dan Kepercayaan	Minat	Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah, Gelombang 1, ISSN: 2460-2159
4.	Eri Yanti Nasution (2017)	Pengaruh Pendidikan dan Kesadaran Terhadap Minat Membayar Zakat di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS)	Pendidikan dan Kesadaran	Minat	Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Vo. 17 N0. 2, ISSN : 1693-7600.
5.	Eko Satrio dan Dodik Siswanto (2016)	Analisis Faktor Pendapatan, Kepercayaan dan Religiusitas Dalam Mempengaruhi Minat Muzakki Untuk	Pendapatan, Kepercayaan dan Religiusitas	Minat Muzakki	Full Paper, Simposium Nasional Akutansi XIX, Lampung.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		Membayar Zakat Penghasilan Melalui Lembaga Amil Zakat.			
6.	Andi Triyawan dan Siti Aisyah (2016)	Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi muzakki membayar zakat di BAZNAS Yogyakarta.	Kepercayaa, Peraturan dan Produk BAZNAS	Minat Muzakki	Islamic Economic Jurnal Vol. 2, No. 1, ISSN 2460-1896
7.	Azy Athoillah Yazid (2017)	Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Muzakki dalam menunaikan Zakat di Nurul Hayat Cabang Jember.	Kualitas Layanan, Religiusitas dan Citra Lembaga	Minat Muzakki	Jurnal Ekonomi dan hukum Islam, Vol. 8, No. 2, ISSN 2088-6365
8.	Carunia Mulya Firdausy dan Rani Idawati (2017)	Effect of Service Quality, Price and Promotion on Customers' Purchase Decision of Traveloka Online Airline Tickets in Jakarta, Indonesia.	Service Quality, Price and Promotion	Purchase Decision	International Journal of Management Science and Business Administration, Vol. 3. Issue 2.
9.	Sri Rahayu (2015)	The Effect of Promotion, Service Quality, Brand Image on the Satisfaction of the Tourist Visiting the City Palembang and the Implication Their Loyalty to the Visited Resorts	Promotion, Service Quality, Brand Image	Tourism Satisfaction, Tourism Loyalty	Journal of Business and Economics, Vol. 6, No. 4, ISSN 2155-7950
10.	Baruna Hadi Brata, Shilvana Husani dan Hapzi Ali (2017)	The Influence of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision on Nitchi at PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta	Quality Products, Price, Promotion, and Location	Purchase Decision	Saudi Journal of Business and Management Studies, Vol. 2, Issue 4 B.
11.	Lu'liyatul Mutmainah (2015)	The Influence of Accountability, Transparency, and Responsibility of Zakat Institution on Intention to Pay Zakat	Accountability, Transparency, and Responsibility	Muzakki's Intention	Global Review of Islamic Economics and Business, Vol. 3, No. 2, ISSN 2338-7920
12.	Jama Mohamed Sareye dan Yusuf Haji-Othman (2017)	The Influence Of Attitude, Subjective Norms, and Service Quality on Intention to Pay Business Zakat Among Single	Attitude, Subjective Norms, and Service Quality	Intention Towards Zakat on Business Payment	International Journal of Novel Research in Humanity and Social Sciences, Vol.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		Business Owners at Kuala Ketil, Malaysia			4, Issue 1, ISSN 2394-9694
13	Dwi Poetra Sedjati, Yuzwar Z. Basri dan Uswatun Hasanah (2018)	Analysis of Factors Affecting the Payment of Zakat in Special Capital Region (DKI) of Jakarta	Knowledge, Attitude, Religiousness and Income	Interest	International Journal Of Islamic Business & Management, Vol. 2, No. 1, ISSN 2576-7674
14	Indri Yuliafitri dan Arie Indra Rivaldi (2017)	Pengaruh Penerapan Prinsip-Prinsip <i>Good Governance</i> dan Promosi Terhadap Penerimaan Wakaf Tunai (Pada Lembaga Pengelola Wakaf Di Indonesia)	<i>Good Governance</i> dan Promosi	Penerimaan Wakaf Tunai	Jurnal InFestasi, Vol. 13, No. 1
15	Itaq Pangestu dan Prabowo Yudo Jayanto (2017)	Analysis in Factors Affecting Muzakki Motivation to Pay Zakat in Semarang City	Accountability, Advertising, Faith, Knowledge, Direct Marketing, Public Relations, Personal Selling and Transparency	Motivation to Pay Zakat	Accounting Analysis Journal, Universitas Negeri Semarang, ISSN 2252-6765

Sumber : Data Olahan Tahun 2018

Hal-hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah :

a. Indikator Variabel Promosi.

Pada variabel promosi, penelitian sebelumnya menggunakan indikator yang diadopsi oleh Gordon<sup>96</sup>, yaitu : periklanan, hubungan masyarakat dan promosi penjualan. Sedangkan dalam penelitian ini

<sup>96</sup> Evans, Gordon. "Using Social Marketing To Promote Ethics in Tanzania Public Service". (Canadian: Development Agency, 2012), hlm. 123

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menggunakan indikator yang diadopsi dari Kotler<sup>97</sup>, yaitu : periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi dan publisitas.

b. Obyek Penelitian.

Obyek yang digunakan dalam penelitian ini adalah BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir yang mana berbeda dengan penelitian sebelumnya.

### C. Konsep Operasional / Kriteria Variabel

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>98</sup>

Penelitian ini merupakan penelitian eksperimen, yaitu penelitian yang menganalisis pengaruh variabel tertentu terhadap variabel lainnya. Pada penelitian ini, terdapat tiga variabel yang menjadi fokus penelitian, yaitu :

- a. Variabel bebas (*independen*), yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lain. Pada penelitian ini terdapat dua variabel bebas, yakni promosi BAZNAS dan kualitas layanan yang diberikan oleh BAZNAS.
- b. Variabel terikat (*dependen*), yaitu variabel yang dipengaruhi. Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel terikatnya adalah minat masyarakat.

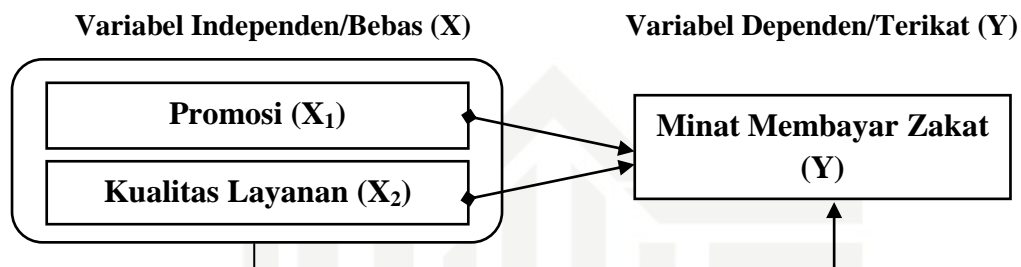
Adapun hubungan antara ketiga variabel tersebut dapat dilihat pada gambar kerangka berpikir teoritis di bawah ini :

<sup>97</sup> Kotler., *Loc. Cit.*

<sup>98</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, cet. 20, (Bandung : Alfabeta, 2014), hlm. 38.



**Gambar II.1**  
**Kerangka Berpikir Teoritis**



Operasional variabel dalam penelitian ini dapat di lihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel II.4**  
**Operasional Variabel**

VARIABEL	DEFINISI VARIABEL	INDIKATOR	BUTIR KUISINONER
Promosi (X1)	Menurut Gitosudarmo promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut. <sup>99</sup>	Periklanan ( <i>Advertisi</i> )	1,2 dan 3
		Promosi Penjualan ( <i>Sales Promotion</i> )	4,5 dan 6
		Penjualan Pribadi ( <i>Personal Selling</i> )	7,8 dan 9
		Publisitas ( <i>Publication</i> )	10,11 dan 12
Kualitas Layanan (X2)	Menurut Goetsh dan Daviskualitas merupakan “Suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”. <sup>100</sup>	Bukti Fisik ( <i>Tangible</i> )	1,2 dan 3
		Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> )	4,5 dan 6
		Jaminan ( <i>Assurance</i> )	7,8 dan 9
		Empati ( <i>Emphaty</i> )	10,11 dan 12
		Keandalan ( <i>Reability</i> )	13,14 dan 15
Minat (Y)	Crow & Crow menyatakan bahwa minat atau <i>interest</i> bisa berhubungan dengan daya gerak yang mendorong kita untuk cenderung atau merasa tertarik pada orang, benda, kegiatan,	Ketertarikan ( <i>interest</i> )	1,2 dan 3
		Keinginan ( <i>desire</i> )	4,5 dan 6
		Keyakinan ( <i>conviction</i> )	7,8 dan 9

<sup>99</sup> Gitosudarmo, Indriyo., *Loc. Cit.*

<sup>100</sup> Tjiptono., *Loc. Cit.*



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	atupun bisa berupa pengalaman yang efektif yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri. <sup>101</sup>		
--	--	--	--

Sumber : Data Olahan Tahun 2018

Dalam pembuatan kuisioner ini, peneliti mengadopsi dari beberapa sumber instrumen, penjelasannya sebagai berikut :

a. Variabel Promosi (X1).

Peneliti mengadopsi dari instrumen Saidah Mushoffa Rahmah<sup>102</sup>, kemudian dikembangkan oleh peneliti dan disesuaikan dengan penelitian ini.

b. Variabel Kualitas Layanan (X2).

Peneliti mengadopsi dari instrumen Saidah Mushoffa Rahmah<sup>103</sup>, kemudian dikembangkan oleh peneliti dan disesuaikan dengan penelitian ini.

c. Variabel Kualitas Minat (Y).

Peneliti mengadopsi dari instrumen Ahmad Rendi<sup>104</sup>, kemudian dikembangkan oleh peneliti dan disesuaikan dengan penelitian ini.

<sup>101</sup> Crow & Crow., *Loc. Cit.*

<sup>102</sup> Saidah Mushoffa Rohmah, “ *Pengaruh Pengetahuan, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembiayaan Murabahah pada Anggota BMT Buana Mulur Sukoharjo*”, Surakarta : Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2017, hlm. 20.

<sup>103</sup> *Ibid.*, hlm. 28.

<sup>104</sup> Ahmad Rendi, “ *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga terhadap Minat Masyarakat Berinfak di LAZNAS DPU DT Cabang Palembang*”, Palembang : UIN Raden Patah Palembang, 2017, hlm. 32.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk dalam kategori jenis penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, dikarenakan data yang dikumpulkan adalah data kuantitatif dari hasil angket. Penelitian Kuantitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisa data bersifat kuantitatif statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>1</sup>

#### B. Tempat dan Waktu Penelitian

##### 1. Tempat Penelitian

Tempat penelitian berlokasi di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Indragiri Hilir, yang beralamat di Jl. M. Boya, No. 282, Kelurahan Tembilahan Kota, Kecamatan Tembilahan, Kabupaten Indragiri Hilir, Provinsi Riau. Peneliti memilih BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir adalah lembaga pengelola zakat yangmana manajemen dan pendanaannya di bantu oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Indragiri Hilir.

<sup>1</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, cet. 15, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 13.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai bulan Agustus sampai November tahun 2018.

## C. Populasi dan Sampel Penelitian/Informasi Penelitian

### 1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>2</sup>

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh muzakki (orang yang pernah membayar zakat) melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir. Jumlahnya sebanyak 689 muzakki, yangmana sudah terdata dalam aplikasi SIMBA (Sistem Informasi BAZNAS) Kabupaten Indragiri Hilir.

### 2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari populasi yang diperoleh dengan cara-cara tertentu untuk menjadi wakil dari populasi yang akan diteliti.<sup>3</sup>

Teknik yang di gunakan adalah *Probability Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Metode yang digunakan adalah *Simple Random Sampling* yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa

<sup>2</sup>Sugiyono, *Op. Cit.*, hlm. 80.

<sup>3</sup>Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), hlm. 162.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.<sup>4</sup>Penelitian ini menggunakan *simple random sampling* dikarenakan penarikan sampelnya lebih efisien.

Ukuran sampel penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus teknik pengambilan sampel menggunakan rumus dari Slovin<sup>5</sup> sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel yang dicari

N : Jumlah populasi

d : Nilai presisi (ditetapkan 10% atau  $\alpha = 0,1$ )

$$\text{Jadi } n = \frac{689}{689 (0,1)^2 + 1} = 87,32$$

Dari hasil perhitungan tersebut sampel yang dihasilkan adalah 87,32 maka dibulatkan menjadi 87 responden. Responden tersebut diambil dari para muzakki yang telah membayar zakatnya melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir.

<sup>4</sup> Sugiyono, *Op. Cit.*, hlm. 82.

<sup>5</sup> Riduwan, *Metode dan Teknik Menyusun Skripsi*. Edisi Ke. 3, (Bandung: Alfabeta, 2005), hlm. 65.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.<sup>6</sup>

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dan kajian teori yang telah dipaparkan, maka hipotesis pada penelitian ini adalah :

1. Terdapat pengaruh yang signifikan promosi terhadap minat masyarakat membayar zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir (Ha).
2. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan promosi terhadap minat masyarakat membayar zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir (Ho).
3. Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat membayar zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir (Ha).
4. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat membayar zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir (Ho).
5. Terdapat pengaruh yang signifikan promosi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap minat masyarakat membayar zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir (Ha).

<sup>6</sup> Sugiyono, *Op. Cit.*, hlm. 64.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan promosi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap minat masyarakat membayar zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir (Ho).

## E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah bagian dari instrumen pengumpulan data yang menentukan hasil atau tidaknya suatu penelitian. Pada penelitian kuantitatif dikenal beberapa metode, antara lain metode kuesioner (angket), wawancara, observasi, dan dokumentasi.<sup>7</sup> Dalam mengumpulkan data penelitian, penulis menggunakan data sebagai berikut:

- a. Angket atau kuesioner yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.<sup>8</sup> Kuesioner ini di berikan kepada para muzakki yang pernah membayar zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir.
- b. Observasi yaitu penyaksian dengan cara melihat, mendengarkan, merasakan yang kemudian dicatat seobyektif mungkin.<sup>9</sup> Hasil observasi penelitian ini dicatat dalam penelitian lapangan dan yang diobservasi adalah promosi dan kualitas layanan serta pengaruhnya terhadap minat masyarakat untuk membayar zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir.

<sup>7</sup>Bungin, Burhan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2008), hlm. 123.

<sup>8</sup> Sugiyono, *Op. Cit.*, hlm. 142.

<sup>9</sup>W, Gulo, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Grasindo, 2002), hlm. 116.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Wawancara tidak terstruktur yaitu wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.<sup>10</sup> Dalam wawancara penelitian ini yang menjadi obyek adalah karyawan dan para muzakki yang pernah membayar zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir.

## F. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, analisis data yang dilakukan adalah sebagai berikut:

### 1. Analisis Statistik Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, yaitu bentuk analisis data penelitian untuk menguji generalisasi hasil penelitian berdasarkan atas satu sampel.<sup>11</sup> Studi ini bertujuan untuk menjelaskan karakteristik, fenomena atau masalah yang terjadi dan diteliti. Penelitian ini mengacu pada data-data berupa angka-angka yang didapatkan dari pengolahan kuesioner sehingga dikategorikan dalam penelitian kuantitatif. Oleh karena itu penelitian ini juga digolongkan dalam penelitian deskriptif kuantitatif. Statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud menarik kesimpulan. Analisis ini dilakukan untuk mengidentifikasi karakteristik masing-masing variabel. Pengukuran variabel-variabel yang terdapat pada dalam model analisis

<sup>10</sup> Sugiyono, *Op. Cit.*, hlm. 140.

<sup>11</sup> Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Statiska*, Edisi. Ke-2, Cet. 3, (Jakarta: Buki Aksara, 2005), hlm. 185.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penelitian ini yang bersumber dari jawaban atas pertanyaan yang terdapat dalam angket. Karena semua jawaban tersebut bersifat deskriptif, sehingga diberi nilai agar menjadi data kuantitatif. Penentuan nilai jawaban untuk setiap pertanyaan menggunakan metode *Skala Likert*. Menurut Sugiyono<sup>12</sup> *Skala likert* adalah skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban. Setiap pertanyaan tersebut disertai dengan 5 (lima) alternatif jawaban yang harus dipilih responden dan setiap jawaban tersebut dinilai dengan angka sebagai berikut :

**Tabel III.1**  
**Bobot Penilaian Skala Likert<sup>13</sup>**

SKALA	KODE	BOBOT NILAI
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Netral	N	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

Setelah diperoleh angket yang valid dan reliabel serta telah dilakukan pembobotan terhadap data yang diperoleh dari angket, maka selanjutnya dilakukan analisis terhadap data yang telah dikumpulkan. Untuk melihat pengaruh promosi dan kualitas layanan terhadap minat secara parsial, maka data yang diperoleh di analisis menggunakan uji t, sedangkan secara simultan, data analisisnya menggunakan analisis uji Anova.

<sup>12</sup>Supranto, *Metode Riset dan Aplikasinya dalam Pemasaran*, Edisi. Ke-7, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2003), hlm. 132.

<sup>13</sup>Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, Cet. 7, (Bandung: Alfabeta, 2006), hlm. 93.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2. Pengujian Kualitas Data

Kualitas data penelitian suatu hipotesis sangat tergantung pada kualitas data yang dipakai dalam penelitian tersebut. Kualitas data penelitian ditentukan oleh instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data untuk menghasilkan data yang berkualitas. Pengujian tersebut terdiri dari :

### a. Uji Validitas

Menurut Engkos Kuncoro dan Ridwan<sup>14</sup> validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kehandalan atau keabsahan suatu alat ukur.

Pada penelitian ini akan dilakukan uji validitas konstruksi dengan meminta pendapat ahli, dalam hal ini dosen pembimbing. Perhitungan ini akan dilakukan dengan bantuan komputer SPSS (*Statistical package for Sosial Science*). Alat ukur yang digunakan untuk pengujian validitas adalah daftar pertanyaan yang telah diisi oleh responden dan akan diuji hasilnya guna menunjukkan valid tidaknya suatu data. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila nilai koefisien  $r$  hitung  $\geq r$  tabel pada taraf signifikansi 5 %.<sup>15</sup>

### b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data

<sup>14</sup> Engkos Kuncoro dan Ridwan, *Analisis Jalur*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2008), hlm. 109.

<sup>15</sup> Iqbal Hasan., *Op. Cit*, hlm. 132.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

karena instrumen sudah baik. Instrumen yang reliabel artinya instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama akan menghasilkan data yang sama sedangkan hasil penelitian yang reliabel bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda.<sup>16</sup>

Uji reliabilitas ini hanya dilakukan terhadap butir-butir yang valid, dimana butir-butir yang valid diperoleh melalui uji validitas. Teknik yang digunakan untuk uji reliabilitas adalah teknik *Alpha Cronbach*. Uji reliabilitas instrumen menggunakan pengujian taraf signifikansi 5%, jika  $r_{alpha} > 0,6$  maka instrumen dinyatakan reliabel dan jika  $r_{alpha} < 0,6$  maka instrumen tidak reliabel.

### 3. Uji Asumsi Klasik

Tujuan pengujian asumsi klasik adalah untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan terbebas dari bias yang mengakibatkan hasil regresi yang tidak valid dan akhirnya hasil regresi tersebut tidak dapat dipergunakan sebagai dasar untuk menguji hipotesis dan penarikan kesimpulan. Tiga asumsi klasik yang perlu diperhatikan:

#### a. Uji Normalitas.

Uji normalitas data menjadi prasyarat pokok dalam analisis parametrik seperti : korelasi pearson, uji independent Sample T Test, One Way ANOVA, dan sebagainya. Karena data-data yang akan dianalisis parametrik harus terdistribusi normal. Uji normalitas

<sup>16</sup>Sugiyono, *Op. Cit.*, hlm. 121.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

digunakan untuk menguji apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak.<sup>17</sup> Penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS dan model normalitas yang digunakan adalah Uji One Sample Kolmogrov Smirgrov. Apabila hasil pengujian normalitas lebih dari  $\alpha = 0,05$  ( $>0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan normal.

## b. Uji Multikolinieritas

Tujuan utama pengujian multikolonieritas adalah untuk menguji apakah pada modal regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen.<sup>18</sup> Uji ini digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya multikolonieritas. Dalam penelitian ini menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF) yang merupakan kebalikan dari toleransi sehingga formulanya adalah sebagai berikut :

$$VIF = \frac{1}{(1 - R^2)}$$

$$= \frac{1}{\text{Toleransi}}$$

Dimana  $R^2$  merupakan *koefisien* determinasi. Bila korelasi kecil artinya menunjukkan nilai VIF akan besar lainnya. Sebaliknya  $VIF < 10$  maka dianggap tidak terdapat multikolonieritas.

## c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke

<sup>17</sup> Duwi Priyatno, *SPSS Hanbook, Analisis Data, Olah Data dan Penyelesaian Kasus-kasus Statistik*, (Yogyakarta: Mediakom, 2016), hlm. 39.

<sup>18</sup> Duwi Priyatno, *Ibid.*, hlm. 116.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pengamatan yang lain. Model yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>19</sup> Pada penelitian ini menggunakan grafik scatter plot. Jika variabel promosi dan kualitas layanan  $> 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel tidak ada heteroskedastisitas.

Pengujian Heterokedastisitas dalam model regresi dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan dari suatu pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Pengujian ini dilakukan dengan melihat pola tertentu pada grafik dimana sumbu Y adalah yang diprediksikan dan sumbu X adalah residual (Y prediksi-Y sesungguhnya) yang telah distandarkan, dasar pengambilan keputusan adalah :

- 1) Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola yang teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi heterokedastisitas.
- 2) Jika tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y maka tidak terjadi heterokedastisitas.

<sup>19</sup> Duwi Priyatno, *Ibid.*, hlm. 117.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### 4. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini terdiri dari analisis regresi linear berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi  $R^2$ , yang akan dijelaskan satu persatu, sebagai berikut :

##### a. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda merupakan regresi linear yang melibatkan dua atau lebih dari dua variabel, satu variabel terikat dan dua atau lebih variabel bebas.<sup>20</sup>

Persamaan umum analisis regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Minat Menabung

$\alpha$  = Koefisien konstanta

$b_1$  = koefisien regresi berganda antara  $X_1$  dan Y

$b_2$  = koefisien regresi berganda antara  $X_2$  dan Y

$X_1$  = Promosi

$X_2$  = Kualitas Layanan

e = Koefisien error

<sup>20</sup>Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: BumiAksara, 2008), hlm. 45.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## b. Uji t.

Uji t digunakan untuk menguji koefisien regresi yang digunakan untuk menentukan apakah variabel independen ( X ) memiliki pengaruh terhadap variabel dependen ( Y ).

Untuk mengetahui t tabel, maka perlu mencari df (*degree of freedom*), dengan rumus sebagai berikut :

$$df = n - (k + 1)$$

Langkah-langkah yang dilakukan dalam pengujian ini adalah:

- 1) Perumusan hipotesis
- 2) Menentukan tingkat signifikansi yaitu sebesar 5%
- 3) Menentukan tingkat kriteria penerimaan/penolakan hipotesis yaitu dengan melihat nilai signifikansinya: Jika  $\text{sig} < 0,05$  :  $H_0$  ditolak/ $H_a$  diterima. Jika  $\text{sig} > 0,05$  :  $H_0$  diterima/ $H_a$  ditolak
- 4) Pengambilan keputusan yaitu apabila probabilitas tingkat thitung lebih kecil daripada tingkat signifikansi (5%) maka variabel bebas (X1 dan X2) secara parsial mempunyai pengaruh positif terhadap variabel independen.

## c. Uji Anova (F)

Uji Anova (F) digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen (X1 dan X2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). Analisis uji F dilakukan dengan membandingkan  $F_{\text{hitung}}$  dan  $F_{\text{tabel}}$ . Sebelum membandingkan nilai F,

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

harus ditentukan tingkat kepercayaan  $(1-\alpha)$  dan derajat kebebasan (degree of freedom)  $= n - (k+1)$  agar dapat ditentukan nilai kritisnya.

Untuk mengetahui F tabel, maka perlu mencari df (*degree of freedom*), dengan rumus sebagai berikut :

$$df(n1) = k - 1$$

$$df(n2) = n - k$$

Dimana :

df (n1) = df untuk pembilang

df (n2) = df untuk penyebut

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel

Adapun nilai alpha yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 0,05. Dimana kriteria pengambilan keputusan yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $Sig < \alpha$  maka :
  - a. diterima karena terdapat pengaruh yang signifikan
  - b. ditolak karena tidak terdapat pengaruh yang signifikan
2. Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau  $Sig > \alpha$  maka :
  - a. ditolak karena tidak memiliki pengaruh yang signifikan
  - b. diterima karena terdapat pengaruh yang signifikan
- d. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Koefisien determinasi dirumuskan sebagai berikut:

$$R^2 = (r)^2 \times 100\%$$

Keterangan:

$R^2$  = Koefisien determinasi

$r$  = Koefisien korelasi

UIN SUSKA RIAU

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat masyarakat membayar zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir. Kesimpulan dari hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis data menggunakan uji t, disimpulkan bahwa promosi secara signifikan mempengaruhi minat masyarakat membayar zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir sebesar 31,8%.
2. Berdasarkan analisis data menggunakan uji t, disimpulkan bahwa kualitas pelayanan secara signifikan mempengaruhi minat masyarakat membayar zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir sebesar 62,5%.
3. Berdasarkan perhitungan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) disimpulkan bahwa promosi dan kualitas layanan secara bersama-sama mempengaruhi minat masyarakat membayar zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir sebesar 76,6% dan sisanya sebesar 23,4 % dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

#### B. Implikasi

1. Promosi adalah suatu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk memberikan informasi dan mengenalkan produk/jasa kepada konsumen, agar konsumen mengetahui dan mau membeli produk/jasa perusahaan tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi berpengaruh

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terhadap minat masyarakat untuk membayar zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir. Hal ini mengandung implikasi agar kedepannya pihak BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir lebih meningkatkan promosinya agar banyak masyarakat di Kabupaten Indragiri Hilir mengetahui dan mau membayar zakatnya melalui BAZNAS.

2. Kualitas layanan adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu produk/jasa untuk memenuhi keinginan dan harapan konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk membayar zakat melalui BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir. Hal ini mengandung implikasi agar kedepannya pihak BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir lebih meningkatkan kualitas layanannya agar masyarakat di Kabupaten Indragiri Hilir mau dan loyal untuk membayar zakatnya melalui BAZNAS.

### C. Saran

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan, oleh karena itu peneliti memiliki beberapa saran sebagai berikut :

1. Perlu dilakukan wawancara yang lebih detail dan terperinci kepada responden dan pengelola BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir agar peneliti mendapatkan data lebih baik dan lengkap.
2. Untuk penelitian selanjutnya agar ruang lingkup diperluas sehingga mungkin saja hasilnya berbeda.

3. Untuk penelitian selanjutnya, perlu menambahkan variabel independen lainnya untuk melihat pengaruhnya terhadap minat terutama untuk penelitian di BAZNAS Kabupaten Indragiri Hilir.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## DAFTAR PUSTAKA

Abdurrahman Qadir, 1998, Zakat dalam Dimensi Mahdah dan Sosial, Jakarta: Raja Grafindo.

Abu Ahmadi, 2009, Psikologi Umum, Edisi Revisi, Jakarta: Rieneka Cipta.

Abror, Abdurrohman, 1993, Psikologi Pendidikan, Yogyakarta: Tiara Wacana Yogya.

Ahmad Rofiq makalah disampaikan dalam Seminar tentang Manajemen Pengelolaan Zakat, kerjasama Pemda Propinsi Jawa Tengah, Kanwil Departemen Agama dan IAIN Walisongo Fakultas Syari'ah pada Selasa, 09 oktober 2001.

Alisuf Sabri, 1990, Psikologi Pendidikan (Cetakan 2), Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya.

Al-Imam Zainuddin Ahmad, 2008, Summarized Shahih Al-Bukhari, Terj. Cecep Syamsul Hari dan Tholib Anis, Bandung: Mizan Pustaka.

Asri, Marwan. 2003. Marketing. Jakarta: Erlangga.

Asnaini, 2008, Zakat Produktif Dalam Perspektif Hukum Islam, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Ayyub, Syakh Hasan, 2008, Fikih Ibadah bi Idalatiha fil Islam, Abdul Rasyad Shiddiq "Fikih Ibadah", Jakarta, PT: Pustaka Al-Kautsar.

Basu Swasta, 2001, Manajemen Penjualan, Yogyakarta: BPFE.

Buchari Alma, 2004, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Bandung: CV. Alfabeta.

Bungin, Burhan, 2008, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Lainnya, Jakarta: Kencana.

Dahlan, Abdul Aziz, 1997, Ensiklopedi Hukum Islam; Jakarta, PT. Intermasa.

Didin Hafidhuddin, 2008, Zakat dalam Perekonomian Modern, Depok: Gema Insani.

Dokumentasi Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Indragiri Hilir Tahun 2018





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Duwi Priyatno. 2016. SPSS Hanbook, Analisis Data, Olah Data dan Penyelesaian Kasus-kasus Statistik, Yogyakarta: Mediakom.

Elsi Kartika Sari, 2006, Pengantar Hukum Zakat dan Wakaf, Jakarta: PT. Grasindo.

Engkos Kuncoro dan Ridwan, 2008, Analisis Jalur, Bandung: CV. Alfabeta.

Gitosudarmo, Indriyo. 2000. Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua, Cetakan Keenam. Yogyakarta: BPFE.

Gustian Juanda, dkk., 2006, Pelaporan Zakat Pengurang Pajak Penghasilan, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Hasan Shadly, Ensiklopedi Umum, 1983 (Jilid IV), Jakarta : Ictiar-Van Hoeve.

Hermawan, Kartajaya, 2006, Hermawan Kartajaya On Marketing Mix Seri 9 Elemen Marketing, Bandung: PT Mizan Pustaka.

Hermawan Kartajaya dan Muammad Syakir Sula, 2006, Syariah Marketing Bandung: Mizan.

Iqbal Hasan, 2005, Pokok-pokok Materi Statistika, (Edisi 2, Cet. 3), Jakarta: Buki Aksara.

Iqbal Hasan, 2008, Analisis Data Penelitian dengan Statistik, Jakarta: Bumi Aksara.

Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa, 2008, Ed.4, Cet ke-1, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Kementerian Agama RI, 2012, Al-Qur'an dan Terjemahnya, Jakarta: PT. Sinergi Pustaka Indonesia.

Kotler P. dan G. Amstrong, 2008, Manajemen Pemasaran (Cet. XIII, Jilid II), Jakarta: Erlangga.

Khalid bin Abd Allah al-Muslih, al-Hawafiz al-Tijariyah, (t.t.p: t.p., t.t.).

Kotler, Philip. 2000. Manajemen Pemasaran Jilid 2 Edisi Kesebelas. Jakarta: Prehallindo.

Kotler, Philip, 2001, Manajemen Pemasaran (Jilid I), Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. 2009. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

L.Crow & A. Crow, 1989, Psikologi Pendidikan (Cet. 1), Terjemahan dari Educational Psychology, Yogyakarta: Nur Cahya.

Lovelock, Christopher., dkk. 2010. Pemasaran Jasa. Jakarta: Erlangga.

M. Ali Hasan, 2008, Zakat dan Infak Salah Satu Solusi Mengatasi Problema Sosial di Indonesia, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Makhalul Ilmi, 2002, Teori dan Praktek Lembaga Keuangan Syariah, Yogyakarta: UII Press.

Mahfudh Shalahuddin, 1990, Pengantar Psikologi Pendidikan, Surabaya: PT Bina Ilmu.

Muhibbin Syah, 2001, Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru (Cet. 6), Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Muhammad Ridwan, 2004, Manajemen Baitul Maal Watamwil, Yogyakarta: UII Press.

Muhammad Muflih, 2006, Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Muhammad, 2002, Zakat Profesi: Wacana Pemikiran dalam Fikih Kontemporer, Jakarta: Salemba Diniyah.

Muhammad, 2008, Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif, Jakarta: Rajawali Pers.

Muhammad Jawad Mughniyah, 1997, Fiqh al-Imam Ja'far al-Shadiq : 'Ardh wa Istidlal, terjemahan Masykur A.B, Fiqh Ja'fari, Afif M, Idrus, Cet. VI, Jakarta : PT. Lentera Basritama.

Muhammad N Ar-Rifai, 1999, Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir II, Jakarta: Gema Insani Press.

Moenir, H.A.S, 1995, Manajemen Pelayanan Umum, Jakarta: Bumi Aksara.

Natali, 2008, Perspektif Manajemen dan Perilaku Konsumen, Yogyakarta: Andi.

Nuruddin Muhammad Ali, 2006, Zakat Sebagai Instrumen dalam Kebijakan Fiskal, Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Peraturan Badan Amil Zakat Nasional Nomor 03 Tahun 2014 tentang Organisasi dan Tata Kerja Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten/Kota.



Rambat Lupiyoadi, 2001, Manajemen Pemasaran Jasa, Jakarta: Salemba Empat.

Rambat Lupiyoadi, A.Hamdani. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat

Riduwan, 2005, Metode dan Teknik Menyusun Skripsi (Edisi 3), Bandung: Alfabeta.

Saefudin Zuhri, 2000, Zakat Kontekstual, Semarang: Bima Sejati.

Sholahuddin, 2006, Ekonomi Islam, Surakarta: Muhammadiyah University Press.

Shiddieq, T.M. Hasby Ash, 1984, Pedoman Zakat. Jakarta: P.T. Bulan Bintang.

Slameto, 2002, Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya (Cet. 4), Jakarta: PT Adi Mahasatya.

Sugiyono, 2014, Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Cet. 20), Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, 2010, Metode Penelitian Bisnis (Cet. 15), Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, 2006, Statistika untuk Penelitian (Cet. 7), Bandung: Alfabeta.

Supranto, 2003, Metode Riset dan Aplikasinya dalam Pemasaran (Edisi 7), Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Swastha, Basu dan Irawan. 2005, Asas-asas Marketing, Yogyakarta: Liberty.

Sistaningrum. 2002. Manajemen Promosi Pemasaran. Jakarta: Index.

Tangkilisan, Hesar Nogi S. 2005. Manajemen Publik, Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana.

Tjiptono, Fandy dan Diana Anastasia, 2004, Prinsip-prinsip Total Quality Service (TQS), Edisi Ke-4, Yogyakarta: ANDI.

Tjiptono dan Gregorius Chandra, 2005, Service, Quality & Satisfaction, Yogyakarta: ANDI.

Tjiptono, Fandy, 2000, Manajemen Jasa, Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy, 2001, Strategi Pemasaran (Cet. I), Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy, 2002, Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andy Offset.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran, Yogyakarta: Andi Offset.

Toto Tasmara, 2002, Membudayakan Etos Kerja Islami, Jakarta: Gema Insani.

Tim Penyusun Kamus, 1990, Kamus Besar Bahasa Indonesia (Cet. 3), Jakarta: Balai Pustaka.

Wahbah Al-Zuhayly, 1995, Al-Fiqh Al-Islami Adilatuh, diterjemahkan oleh Agus Efendi dan Bahrudin Fannany dengan judul Zakat Kajian dari Berbagai Madzhab, Cet. 1, Bandung: Remaja Rosdakarya.

W. Gulo, 2002, Metodologi Penelitian, Jakarta: Grasindo.

W.J.S. Poerwadarminta, 1984, Kamus Umum Bahasa Indonesia, Jakarta: PN. Balai Pustaka.

Yusuf Qardhawi, 1999, Hukum Zakat, Bogor: Pustaka Litera Antar Nusa.

Yusuf Qardhawi, 2011 Fiqhuz Zakat, diterjemahkan oleh Salman Harun "Hukum Zakat", Jakarta: PT. Litera Antarnusa.

Yusuf Qordhowi, 1995, Kiat Islam Mengentaskan Kemiskinan, Jakarta: Gema Insani Pers.

#### Jurnal dan Penelitian Terdahulu :

Ahmad Rendi, 2017, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga terhadap Minat Masyarakat Berinfak di LAZNAS DPU DT Cabang Palembang", Palembang : UIN Raden Patah Palembang.

Azy Athoillah Yazid, 2017, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Muzakki Dalam Menunaikan Zakat Di Nurul Hayat Cabang Jember", Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam, Vol.8, No.2.

Baruna Hadi Brata, Shilvana Husani dan Hapzi Ali, 2017, "The Influence of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision on Nitchi At PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta", Saudi Journal of Business and Management Studies, Vol-2, Iss-4B (April 2017).

Saidah Mushoffa Rohmah, 2017, " Pengaruh Pengetahuan, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembiayaan Murabahah pada Anggota BMT Buana Mulur Sukoharjo", Surakarta : Institut Agama Islam Negeri Surakarta.





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Patra Rusdiano, 2016, “Pengaruh Promosi, Kualitas pelayanan dan Religiusitas terhadap Minat Masyarakat menjadi Muzakki pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) Dompot Dhuafa”, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Qurroh Ayuniyyah, 2011, “Factors Affecting Zakat Payment Through Institution of Amil: Muzakki’s Perspectives Analysis (Case Study of Badan Amil Zakat Nasional [BAZNAS])”, Jurnal Ekonomi Islam Al-Infaq, Vol. 2 No. 2, September 2011.

Nur Barizah Abu Bakar dan Hafiz Majdi Abdul Rashid, “Motivations of Paying Zakat on Income: Evidence from Malaysia”, International Journal of Economics and Finance, Vol. 2, No. 3, August 2010.

Uud Wahyudin, 2018, “Sosialisasi Zakat untuk Menciptakan Kesadaran Berzakat Umat Islam”, Jurnal Masyarakat dan Filantropi Islam, Vol. 1, No. 1.

#### Website :

<http://pusat.baznas.go.id/profil/>, diakses pada hari sabtu tanggal 18 agustus 2018 jam 07.25 WIB.

<https://rumahfiqh.com/fikrah-473-konsep-promosi-produk-menurut-perspektif-hukum-islam.html>, Tajun Nashr, “Konsep Promosi Produk menurut Perspektif Hukum Islam”, diakses tanggal 26 april 2018 jam 22.37 WIB.

<https://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/wakaf/promosi-zakat-digencarkan>, Didin Hafiduddin, “Promosi Zakat digencarkan”, dikutip dari diakses pada hari rabu tanggal 09 Januari 2019 jam 09.20 WIB.

<https://www.rumahzakat.org/en/republika-dan-rz-sepakat-lakukan-promosi-bersama/>, Rumah Zakat, “*Republika and RZ to Agree Conducting Joint Promotion*”, dikutip dari diakses pada hari rabu tanggal 09 Januari 2019 jam 10.15 WIB.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

## HASIL OLAHAN SPSS 17.00

### Descriptives

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Promosi	87	32	59	46.94	5.715
Kualitas pelayanan	87	43	72	60.11	5.713
Minat	87	27	43	35.82	3.332
Valid N (listwise)	87				

### Reliability

#### Scale: ALL VARIABLES

**Case Processing Summary**

	N	%
Valid	87	100.0
Cases Excluded <sup>a</sup>	0	.0
Total	87	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.743	9

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	31.713	9.114	.329	.737
Y2	31.851	9.687	.318	.735
Y3	31.851	9.012	.505	.707
Y4	31.701	9.445	.354	.730
Y5	31.839	9.020	.429	.718
Y6	31.989	8.918	.436	.717

Y7	31.862	9.027	.489	.710
Y8	31.816	8.384	.533	.699
Y9	31.908	8.898	.403	.723

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

	N	%
Valid	87	100.0
Cases Excluded <sup>a</sup>	0	.0
Total	87	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.862	12

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1_1	43.425	25.364	.803	.832
X1_2	43.425	25.271	.799	.832
X1_3	42.747	30.354	.317	.863
X1_4	42.897	28.698	.451	.857
X1_5	42.862	28.702	.475	.856
X1_6	42.828	28.656	.494	.854
X1_7	42.920	28.889	.466	.856
X1_8	42.851	28.873	.444	.857
X1_9	42.805	28.438	.458	.857
X1_10	43.207	26.864	.571	.849
X1_11	43.402	25.453	.745	.836
X1_12	43.000	27.884	.430	.860

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

	N	%
Valid	87	100.0
Cases Excluded <sup>a</sup>	0	.0
Total	87	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.839	15

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2_1	56.172	28.609	.468	.829
X2_2	56.046	30.044	.322	.837
X2_3	56.138	27.888	.532	.825
X2_4	56.023	29.744	.401	.833
X2_5	56.080	27.424	.588	.821
X2_6	56.149	27.803	.523	.826
X2_7	56.253	28.726	.469	.829
X2_8	56.172	27.889	.526	.825
X2_9	56.115	28.987	.408	.833
X2_10	56.149	28.663	.474	.829
X2_11	56.230	29.086	.442	.831
X2_12	56.161	28.299	.464	.830
X2_13	56.023	29.488	.426	.832
X2_14	56.011	29.291	.433	.831
X2_15	55.885	29.428	.452	.830

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Regression

Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas pelayanan, Promosi <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: Minat

b. All requested variables entered.

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.875 <sup>a</sup>	.766	.760	1.632	2.188

a. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan, Promosi

b. Dependent Variable: Minat

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	731.228	2	365.614	137.209	.000 <sup>b</sup>
	Residual	223.830	84	2.665		
	Total	955.057	86			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan, Promosi

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.183	1.876	2.764	.007		
	Promosi	.185	.042	.318	.000	.527	1.897
	Kualitas pelayanan	.365	.042	.625	.000	.527	1.897

a. Dependent Variable: Minat

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>**

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Promosi	Kualitas pelayanan
1	1	2.990	1.000	.00	.00	.00
	2	.007	20.278	.65	.47	.00
	3	.003	31.060	.35	.52	1.00

a. Dependent Variable: Minat

**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	27.36	42.39	35.82	2.916	87
Std. Predicted Value	-2.900	2.254	.000	1.000	87
Standard Error of Predicted Value	.175	.742	.281	.114	87
Adjusted Predicted Value	27.27	42.34	35.83	2.919	87
Residual	-6.241	4.640	.000	1.613	87
Std. Residual	-3.823	2.843	.000	.988	87
Stud. Residual	-4.092	2.996	-.004	1.028	87
Deleted Residual	-7.150	5.154	-.013	1.751	87
Stud. Deleted Residual	-4.546	3.151	-.010	1.067	87
Mahal. Distance	.001	16.780	1.977	2.861	87
Cook's Distance	.000	.813	.030	.117	87
Centered Leverage Value	.000	.195	.023	.033	87

a. Dependent Variable: Minat

UIN SUSKA RIAU



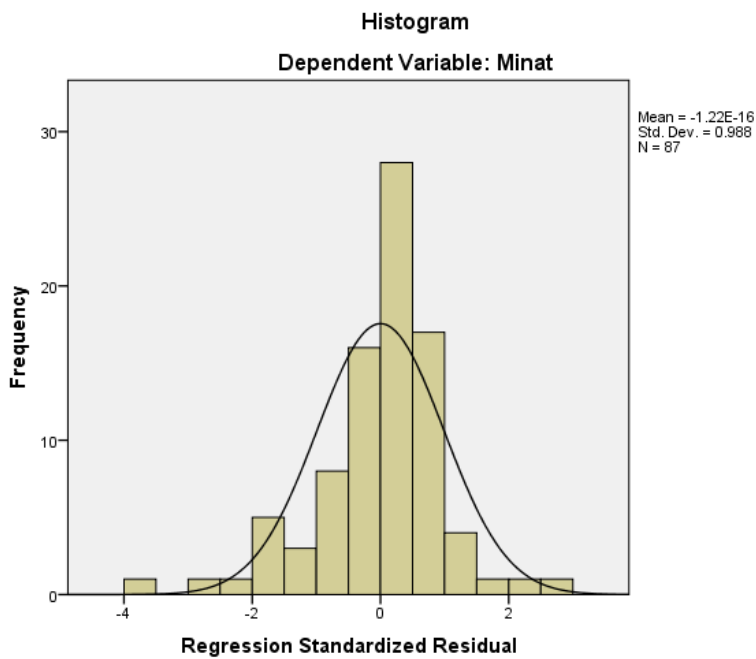
## Charts

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

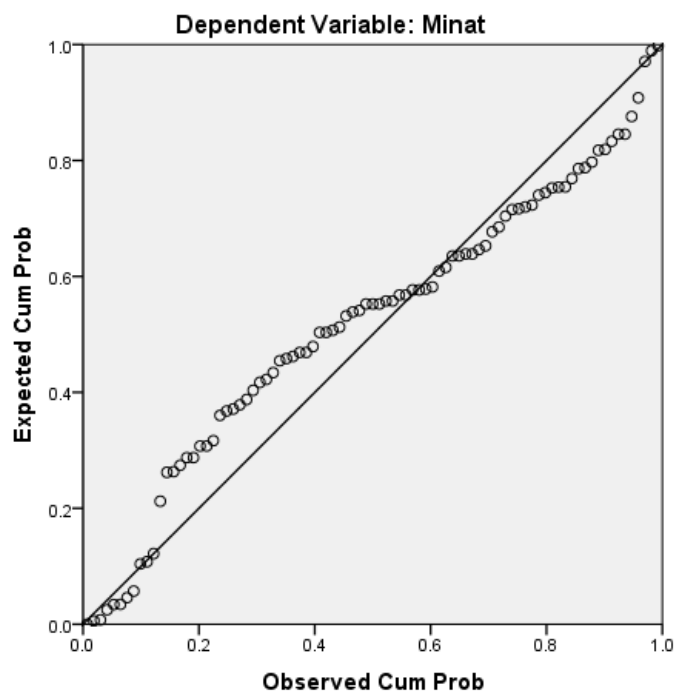
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

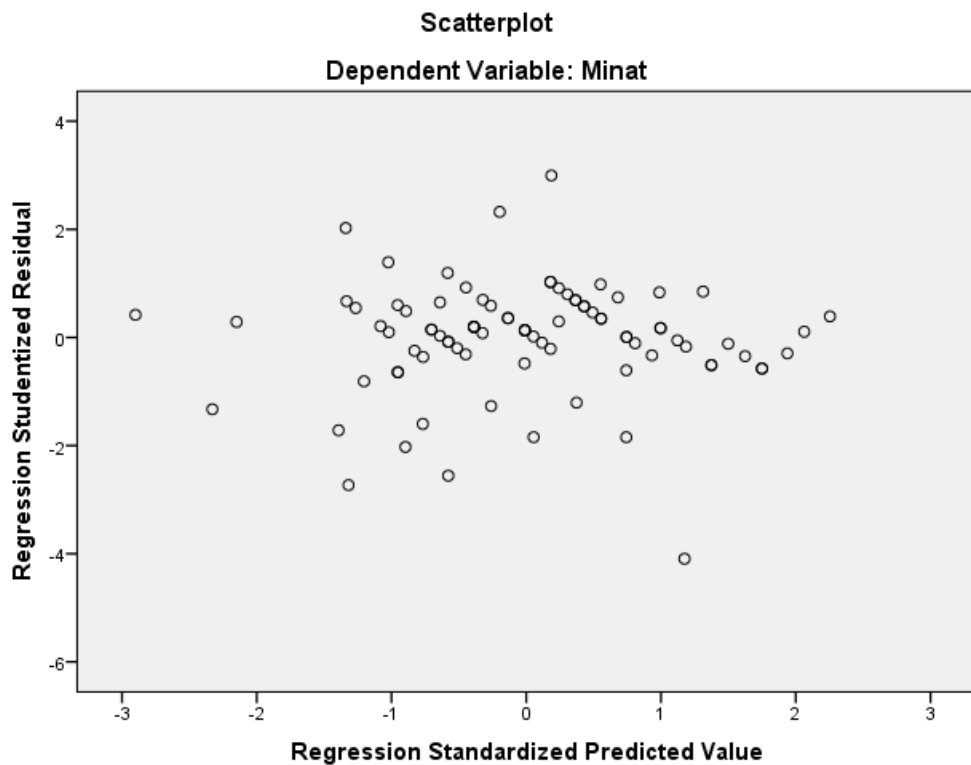
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## NPar Tests

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		87
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.61327998
	Absolute	.129
Most Extreme Differences	Positive	.094
	Negative	-.129
Kolmogorov-Smirnov Z		1.201
Asymp. Sig. (2-tailed)		.112

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.